Quién es quién en los precios de electrodomésticos

REVISTA DEL CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

cremas cosméticas

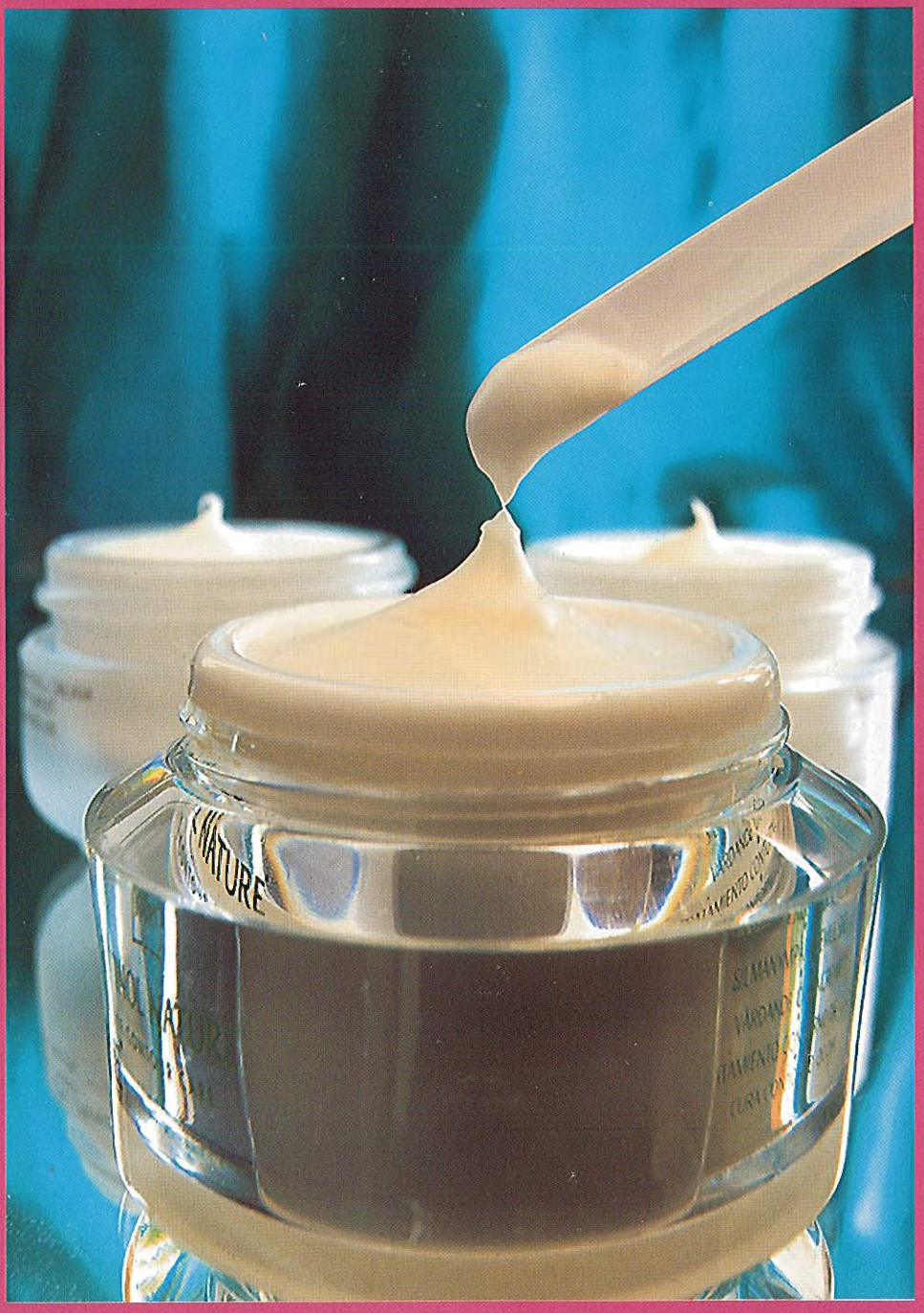
Analizamos la calidad de 62 marcas

Lo que debe saber sobre las

afores

Protéjase de la contaminación:

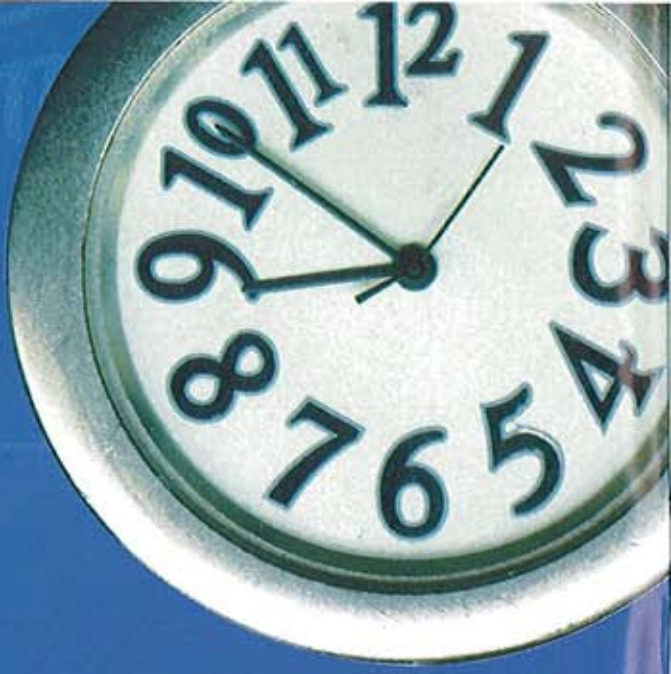
vitaminas antioxidantes



Mayo 1997 · Núm. 243 · México · $ 13.°°

TV

Revista del Consumidor



- Canal 2 Lunes 11:30 a 12:00
- Canal 22 Martes 00:00 a 00:30
- EDUSAT Martes 7:00 a 7:30

- Canal 4 Miércoles 00:00 a 00:30
- Canal 40 Miércoles 16:00 a 16:30
- Canal 11 Jueves 13:00 a 13:30
- Canal 13 Viernes 00:00 a 00:30

RADIO

Revista del Consumidor

- X.E.V.O.Z./1590 La Bonita Grupo ACIR Lunes 5:30 a 5:45
- X.H.M.-F.M./88.9 Azul 89 ACIR Miércoles 22:30 a 22:45
- X.E.Q./940 La Q Mexicana Radiópolis Jueves 21:30 a 21:45

- X.E.Q.-F.M./92.9 K-Buena Radiópolis Viernes 21:30 a 21:45
- X.E.A.I./1500 Canal Tropical Radio Fórmula Viernes 21:15 a 21:30
- X.E.F.A.J./1560 La Consentida O.R.C. Sábado 21:30 a 21:45
- X.E.J.P.-F.M./93.7 Stereo Joya O.R.C. Domingo 17:30 a 17:45

Sumario

Mayo de 1997 • Núm. 243

Editorial 2
- Los cuidados de la salud

PROFECO en acción 3
- Quién es quién en los precios
- Consumo sustentable

Antes de contratar 14
- Sistemas de pensiones
- Servicios de mensajería

Tecnologías domésticas 21
- Cómo hacer alegrías

Manos a la obra 22
- Impermeabilice con jabón
- Repare su tostador eléctrico

Reporte especial

Cremas cosméticas

Qué hay detrás de... 24
- Telemarketing
- Premio Nacional de Calidad (46)
- Horario de verano (51)

Bajo la lupa 27
- Calidad de helados
- Quién es quién en impermeabilizantes

Cómo comprar 54
- Aparatos electrodomésticos
- Raquetas de tenis

Por su salud 58
- Antioxidantes vs. contaminación
- Tratamientos contra el cáncer

Los pequeños consumidores 65
- Círculos infantiles de PROFECO
- Buzón infantil
- Se acabó la mantequilla
- ¡Mucho ojo!

Buzón del consumidor 69

Los cuidados de la salud

Uno de los aspectos de nuestra vida cotidiana que mayor atención merece es la preservación de la salud. En este número profundizamos en dos de las principales preocupaciones que nos han solicitado abordar los propios lectores.

La primera de ellas se refiere a uno de los problemas que con mayor frecuencia agobia al sector femenino: el cáncer de mama, el cual constituye la segunda causa de muerte en mujeres mayores de 25 años y ocasiona más de 3 mil decesos anualmente en nuestro país.

Lo que hace todavía más dramático este dato es que se trata de un padecimiento curable si se detecta a tiempo, por lo que en estas páginas ponemos especial énfasis en las formas de prevenirlo y los lugares a dónde acudir para su eventual tratamiento.

En esta misma línea de salud, pero desde la óptica de los productos, incluimos los resultados de un estudio sobre las cremas cosméticas que se comercializan en el mercado y que sometimos a varias pruebas en nuestros laboratorios.

Especialmente en el caso de las cremas, insistimos en que el consumidor no se arriesgue a comprarlas en el comercio informal, pues no sólo va de por medio su dinero, sino posibles daños a su piel.

En forma adicional publicamos un análisis sobre las calidades de las distintas marcas de impermeabilizantes a fin de que elija el que más le convenga para proteger su casa y su presupuesto.

Estos temas forman parte de las propuestas que por fax o correo usted, amable lector, nos hace llegar contestando el cuestionario que seguiremos publicando en esta y las próximas ediciones, porque mantenemos la consigna de que ¡usted es nuestro mejor reportero!

Directorio

Procurador Federal del Consumidor: Fernando Lerdo de Tejada

Coordinadora General de Investigación y Divulgación: Martha Susana Ruiz

Director Editorial: Oscar Romero Rojas; **Jefe de Redacción:** Guillermo Torales Caballero; **Jefa de Corrección:** Dora Torres Ponce; **Reporteros:** Vanessa Prieto Barrientos, Graciela Muñoz Ariza, Lorena M. Romo Maldonado; **Corrección:** Alejandra Sánchez Plascencia; **Fotografía:** Francisco Alatriste Torres, Edgar Mendoza Serrano; **Directora de Arte y Diseño:** Norma Patiño Domínguez; **Jefa de Diseño Gráfico:** Areli Jiménez Ramírez; **Diseño e Ilustración:** Víctor Manuel Gutiérrez García, Pedro Octavio Castellanos Gómez, Mónica Miranda Villalba, Kathia C. Recio, Alfonso J. Solís Loza.

Teléfonos de la revista: 211•90•82 ó 625•67•00 exts. 6930, 6927 ó 6926. Fax: 553•05•74. Envíe su correspondencia a José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, Delegación Cuauhtémoc, o al A. P. 20600, México, D. F.

Quién es quién en los precios de aparatos electrodomésticos

Una consulta previa representa un buen ahorro

Por lo regular, en el mes de mayo se incrementan las compras de aparatos electrodomésticos y línea blanca, por lo cual a continuación le ofrecemos un comparativo de precios entre los diferentes establecimientos (autoservicios, departamentales y especializados) que comercializan dichos productos, con la finalidad de que si su idea es adquirir algún aparato, usted cuente con una buena orientación y elija la mejor opción de compra.

El comparativo se realizó con base en el catálogo de electrodomésticos y línea blanca del programa ¿Quién es quién en los precios?, el cual consta de más de 240 aparatos diferentes, cuyos precios se levantaron del 1 al 4 de abril de 1997.

Los resultados fueron los siguientes:

De las 25 cadenas comerciales que se encuestaron, las siguientes son las que registraron el mayor número de precios bajos: **Viana** (49), **ISSSTE** (31), **Bodega Aurrera** (24), **Wal-Mart** (18) y **Comercial Mexicana** (17); en contraparte, **K2**, **Salinas y Rocha**, **El Palacio de Hierro** y la **UNAM** no presentaron ningún precio bajo.

Cabe destacar que las tres tiendas con los precios más bajos, los ofrecen en casi todos los grupos de productos, destacando los siguientes:

- **Viana**: Estufas y hornos de microondas (4), lavadoras (6), licuadoras (12) y refrigeradores (13).
- **ISSSTE**: Lavadoras, estufas y hornos eléctricos (3 de cada uno), licuadoras y planchas (4) y refrigeradores (7).
- **Bodega Aurrera**: Minicomponentes (3), sandwicheras (4) y televisores (6).

Por el contrario, los grupos de artículos que no presentan ningún precio bajo son: en el caso de **Viana**, los extractores de jugos, hornos eléctricos y tostadores; el **ISSSTE** en hornos de microondas, minicomponentes, radiograbadoras, sandwicheras, tostadores y videograbadoras; y **Bodega Aurrera** en estufas, extractores, hornos, licuadoras, ollas de presión y refrigeradores (véase Cuadro 1).

Sin embargo, aunque estas tres tiendas ofrecen buenas opciones de compra, también destaca que en algunos productos, como los tostadores, no son la mejor opción; en el mencionado rubro destaca **Wal-Mart**, que ofrece cuatro de los ocho modelos del catálogo con el mejor precio.

Asimismo, en el estudio comparativo se observó que en el mercado de electrodomésticos y línea blanca existe una gran disparidad de precios, pues se presentan diferencias mayores al 100 por ciento entre el precio más bajo y el más alto; o bien, hay productos con una diferencia de precio mayor a los $4,000, como el caso del refrigerador **Whirlpool**, modelo *7ed-25pq* con capacidad de 713 dm^3 y dos Puertas Verticales, el cual tenía su mejor precio en **Viana**, $12,375, mientras que en **El Palacio de Hierro** se ofrecía en $16,570, es decir, con una diferencia de $4,195 (33.9%). Por casos como ése, le recomendamos consultar el sistema ¿Quién es quién en los precios?

Hasta aquí hemos presentado sólo algunos ejemplos de los ahorros que usted puede obtener al comparar precios y elegir la mejor opción. Le sugerimos que llame y consulte precios al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.

Cuadro 1

Tiendas con mayor cantidad de precios bajos en sus productos

Grupo	Viana		ISSSTE		Bodega Aurrera	
	Productos ofrecidos	Precios bajos	Productos ofrecidos	Precios bajos	Productos ofrecidos	Precios bajos
Batidoras	1	1	5	2	4	2
Estufas	7	4	6	3	3	0
Extractores	0	0	5	2	4	0
Hornos de microondas	5	4	1	0	5	0
Hornos eléctricos	0	0	5	3	3	0
Lavadoras	6	6	6	3	2	1
Minicomponentes	12	12	18	4	15	0
Ollas de presión	1	1	1	0	5	3
Licuadoras	1	1	6	2	4	0
Radiograbadoras	3	3	6	4	13	2
Sandwicheras	1	1	0	0	4	2
Planchas	1	1	4	0	6	4
Refrigeradores	13	11	15	7	3	0
Televisores	1	1	7	1	14	6
Tostadores	2	0	1	0	4	1
Videograbadoras	6	3	5	0	5	3
Total	60	49	91	31	94	24
Porcentaje de precios bajos respecto al total ofrecido por la tienda	81.7%		34.1%		25.5%	

Fuente: Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, PROFECO.

Cuadro 2
¿Quién es quién en los precios? de electrodomésticos y línea blanca (precios promedio por cadena de la primera semana de abril)

Especificaciones del producto	Mejor Precio	2ª Opción	Precio Máximo
Estufas			
Estufas Singer, 7772	B. Comercial Mex.	Comercial Mex.	B. Gigante
Precio ($)	975.00	999.00	1,390.00
Diferencia ($)		24.00	415.00
Estufas Continental, C-20 LT	Viana	ISSSTE	Sears
Precio ($)	1,745.00	1,813.97	2,819.00
Diferencia ($)		68.97	1,074
Lavadoras			
Lavadoras Whirlpool, Wla-7824-bzo/bqo, 7.0 kg	Viana	ISSSTE	Palacio de Hierro
Precio ($)	3,150.00	3,209.30	4,200.00
Diferencia ($)		59.30	1,050.00
Lavadoras Easy, Sd-188b, Combomatic 5.0 kg	IMSS	UNAM	De Todo
Precio ($)	3,041.23	3,120.65	3,800.00
Diferencia ($)		79.42	758.77
Refrigeradores			
Refrigeradores Acros, RI907 270.95 dm^3 1 p. v.	Viana	ISSSTE	Salinas y Rocha
Precio ($)	2,395.00	2,574.11	3,299.00
Diferencia ($)		179.11	904.00
Refrigeradores Whirlpool, 7ed-25pq 713 dm^3 2 p. v.	Viana	Hnos. Vázquez	Palacio de Hierro
Precio ($)	12,375.00	14,057.00	16,570.00
Diferencia ($)		1,682.00	4,195.00
Batidoras			
Batidoras Black & Decker, m 24s, manual, 3 vel.	General de Gas	ISSSTE	Sears
Precio ($)	220.00	236.30	349.00
Diferencia ($)		16.30	129.00
Batidoras Philips, hr-1451, manual, 3 vel.	UAM	B. Gigante	Chedraui
Precio ($)	185.25	199.00	245.00
Diferencia ($)		13.75	59.75
Extractores			
Extractor de Jugos Moulinex, 753	UAM	ISSSTE	Palacio de Hierro
Precio ($)	339.89	349.46	420.00
Diferencia ($)		9.57	80.11
Extractor de Jugos Moulinex, 140	UAM	UNAM	Salinas y Rocha
Precio ($)	321.68	336.65	429.00
Diferencia ($)		14.97	107.32
Licuadoras			
Licuadoras Moulinex, D70 4 vel., vaso plástico	UAM	De Todo	Liverpool
Precio ($)	242.78	244.95	305.00
Diferencia ($)		2.17	62.22
Licuadoras Oster/Osterizer, 450-10, 1 vel.	Viana	UAM	Salinas y Rocha
Precio ($)	275.00	291.33	429.00
Diferencia ($)		16.33	154.00
Ollas de presión			
Ollas de Presión Express, Presto Steele, cap. 6 l	Wal-Mart	Aurrera	Sears
Precio ($)	284.89	324.65	459.00
Diferencia ($)		39.76	174.11
Ollas de Presión Express, Presto Steele, cap. 8 l	Elektra	B. Comercial Mex.	Sears
Precio ($)	326.00	362.18	519.00
Diferencia ($)		36.18	193.00
Planchas			
Planchas Black & Decker, F-200	Viana	Wal-Mart	Liverpool
Precio ($)	78.00	105.40	145.00
Diferencia ($)		27.40	67.00
Planchas Oster, 6209-08	Viana	UAM	Hnos. Vázquez
Precio ($)	77.00	85.61	134.00
Diferencia ($)		8.61	57.00

Cuadro 2
¿Quién es quién en los precios?
de electrodomésticos y línea blanca
(precios promedio por cadena de la primera semana de abril)

Especificaciones del producto	Mejor Precio	2ª Opción	Precio Máximo
Hornos de microondas			
Hornos de Microondas Panasonic, Nns-666-1.2 pies cúb.	Viana	B. Aurrera	Gigante
Precio ($)	1,395.00	1,430.88	1,897.89
Diferencia ($)		35.88	502.89
Hornos de Microondas Goldstar, Ms-157 1.5 pies cúb.	Viana	Elektra	Salinas y Rocha
Precio ($)	1,635.00	1,829.00	2,399.00
Diferencia ($)		194.00	764.00
Hornos eléctricos			
Hornos Eléctricos Moulinex, 893-2	UAM	ISSSTE	Liverpool y Salinas y Rocha
Precio ($)	406.65	422.58	539.00
Diferencia ($)		15.93	132.35
Minicomponentes			
Minicomponentes Philips, Fw-332	Viana	ISSSTE	Sears
Precio ($)	2,295.00	2,521.85	3,409.00
Diferencia ($)		226.85	1,114.00
Radiograbadoras			
Radiograbadoras Nakazaki, 7938	Viana	B. Aurrera	Carrefour
Precio ($)	199.00	224.00	275.00
Diferencia ($)		25.00	76.00
Sandwicheras			
Sandwicheras Moulinex, T-90	Wal-Mart	ISSSTE	Comercial Mex.
Precio ($)	239.01	255.59	319.00
Diferencia ($)		16.58	79.99
Sandwicheras Oster, S-2001	Viana	ISSSTE	Salinas y Rocha
Precio ($)	207.00	218.62	305.00
Diferencia ($)		11.62	98.00
Televisores			
Televisores Sanyo, Avm-1906 19 pulg.	B. Aurrera	Aurrera	K2
Precio ($)	1,999.00	2,099.00	2,688.00
Diferencia ($)		100.00	689.00
Televisores Toshiba, Cl-20f22 20 pulg.	Gigante	Chedraui	Liverpool
Precio ($)	1,999.00	2,199.00	3,525.00
Diferencia ($)		200.00	1,526.00
Tostadores			
Tostadores de Pan Black & Decker, T-245	Wal-Mart	Viana	Palacio de Hierro
Precio ($)	185.00	209.00	379.00
Diferencia ($)		24.00	194.00
Tostadores de Pan Toastmaster, B-700	B. Aurrera	Wal-Mart	B. Gigante
Precio ($)	119.00	123.80	239.00
Diferencia ($)		4.80	120.00
Videograbadoras			
Videograbadoras Philips, Vr-456/50 Vhs 4 cab.	Viana	ISSSTE	Palacio de Hierro
Precio ($)	1,845.00	2,144.35	2,900.00
Diferencia ($)		299.35	1,055.00
Videograbadoras Sony, Slv-f4 Vhs 4 cab.	De Todo	UAM	Liverpool y Palacio de Hierro
Precio ($)	2,199.95	2,216.61	2,700.00
Diferencia ($)		16.66	500.05

Fuente: Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, PROFECO.

Además nos es grato comunicarle que a partir de la segunda quincena de marzo salió a la venta su guía para comprar más barato: Quién es quién en los precios, que le ofrece información de utilidad para hacer rendir más su gasto familiar, a un precio realmente al alcance de su presupuesto. El ejemplar de este periódico sale a la venta los viernes cada 14 días. **¡No se lo pierda!**

Frutas y verduras de temporada y comparativo de precios

Con la finalidad de aprovechar las ventajas que nos ofrece consumir los productos de temporada, le presentamos el siguiente análisis del comportamiento de los precios promedio por temporada, a fin de orientar y optimizar su gasto familiar.

Cuadro 1 ••••••••• **Productos de bajo precio en julio y elevado en enero**

Producto	julio de 1995	enero de 1996	Diferencia en $ Ene 96-Jul 95	julio de 1996	enero de 1997	Diferencia en $ Ene 97-Jul 96
Calabaza, 1 kg, italiana/japonesa	4.14	5.40	1.26	3.00	8.81	5.81
Ciruela, 1 kg, roja moscatel	10.85	21.34	10.49	7.44	16.23	8.79
Ejote, 1 kg, verde	5.42	7.31	1.89	5.14	9.11	3.97
Elote, pza.	1.33	1.67	0.34	1.54	1.74	0.21
Limón, 1 kg, c/semilla	3.01	11.22	8.22	3.69	12.83	9.14
Melón, 1 kg, chino	3.76	7.43	3.66	4.78	8.40	3.62
Melón, 1 kg, valenciano	5.13	6.97	1.84	5.13	8.77	3.64
Nopal, 1 kg, s/espinas	3.76	8.37	4.62	3.64	8.84	5.20
Plátano, 1 kg, tabasco/chiapas	3.12	3.91	0.80	3.47	4.36	0.89
Sandía, 1 kg, charleston rayada	2.01	3.18	1.18	2.53	3.31	0.78
Sandía, 1 kg, verde	2.16	3.83	1.67	2.56	3.92	1.36
Uva, 1 kg, Thompson blanca s/semilla	8.21	29.29	21.08	10.79	30.99	20.19
Verdolaga, 1 kg	4.65	5.16	0.51	3.69	5.65	1.95
Valor total de los productos	57.53	115.08	57.55	57.41	122.95	65.55

Fuente: Sistema ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

Normalmente los productos agrícolas se caracterizan por presentar abundancia o escasez en algún periodo específico del año, el cual se encuentra estrechamente relacionado con la duración de su cosecha. Además, si a este tipo de productos no se le aplica algún proceso industrial, son perecederos, por lo tanto, bajo condiciones normales en el mercado, el precio se asocia básicamente a la oferta que existe en el mismo (estacionalidad).

Cuadro 2 ••••••••••• *Productos de bajo precio en enero y alto en julio*

Producto	julio de 1995 enero de	1996 julio de 1996	Diferencia en $ Ene 96-Jul 95	enero de 1997	Diferencia en $ Ene 97	Jul 96 Aguacate, 1 kg.
Hass	5.24	3.80	1.44	7.73	7.44	0.29
Naranja, 1 kg, Valencia	2.98	1.92	1.06	5.46	2.10	3.36
Naranja, 1 kg, Veracruz	2.83	1.96	0.87	4.79	1.94	2.85
Pera, 1 kg, D'Anjou	11.76	11.32	0.45	17.09	13.21	3.89
Toronja, 1 kg	4.81	2.56	2.25	4.54	2.48	2.06
Valor total de los productos	27.63	21.56	6.07	39.61	27.17	12.44

Fuente: Sistema ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

De la información que se recaba mediante el programa **¿Quién es quién en los precios?**, se consideraron los precios promedio de las **frutas y verduras** para los años de 1995, 1996 y 1997.

Se observó que el precio promedio de algunos productos tendía a la baja a partir del mes de abril, tendencia que se mantiene hasta los meses de julio y agosto. Asimismo se observó que otro grupo de productos presentan una tendencia inversa, ya que en abril y mayo sus precios empiezan a subir.

Los productos con los mejores precios en esta temporada son la ciruela roja moscatel y la uva Thompson (blanca sin semilla), así como el limón con semilla.

Cabe observar que si se comparan los precios acumulados en julio de 1995 con sus correspondientes de 1996, la variación porcentual es mínima, con ligera baja de precios; situación similar se presenta al comparar los acumulados de enero, aunque en este caso sí se observa una variación positiva mínima.

Entre los comestibles cuyo precio se eleva en los meses próximos a julio se encuentran el aguacate, la naranja, la pera y la toronja (véase Cuadro 2).

La naranja (Valencia y Veracruz) es un producto que tiende a bajar de precio en los meses de septiembre y octubre, y hasta el mes de abril es barato (véase Gráfica 3). Usted también encontrará que la pera D'Anjou es más cara en los meses de julio a septiembre, y por el contrario, el resto del año presenta un precio inferior (véase Gráfica 4).

Cuadro 3 *Comparativo de precios de frutas y verduras y precios más bajos*

Establecimiento	Precios más bajos	Costo total $	Diferencia % respecto al más barato
Tianguis	25	267.61	——
Mercados públicos	5	292.37	9.25
B. Comercial Mexicana	7	304.06	
B. Gigante	4	342.91	28.14
Comercial Mexicana	0	349.27	30.51
ISSSTE	2	352.32	31.65
Chedraui	4	361.45	35.07
K-Mart	1	374.96	40.11
Sumesa	0	379.27	41.72
Gigante	0	381.92	42.72
Carrefour	1	390.31	45.85
Super G	0	393.47	47.03
Aurrera	0	396.2	48.05
Wal-Mart	1	402.07	50.24
Superama	0	404.69	51.22

Fuente: Sistema ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

Los mejores precios en esta temporada

Pensando que no sólo es útil conocer en qué temporada prevalecen los mejores precios de frutas y verduras, sino también cuáles establecimientos los ofrecen, se elaboró un comparativo de precios promedio con base en el programa **¿Quién es quién en los precios?**, con datos correspondientes al levantamiento realizado del 7 al 11 de abril del presente año. Es importante señalar que en general no se comparan niveles de calidad de los productos, sin embargo, le recor-damos que las frutas y las verduras más frescas son las de temporada.

Para el comparativo se tomaron en consideración los precios de una muestra de 48 frutas y verduras, abarcando mercados públicos, tianguis y las principales cadenas de autoservicios.

Los resultados fueron los siguientes:

· La diferencia de precios entre un establecimiento y otro llega a ser mayor al 50 por ciento, ya que el costo promedio del total de los productos osciló entre los $ 267.61 en tianguis del área metropolitana y los $ 404.69 en la cadena de tiendas **Superama**.

· Los establecimientos que ofrecieron los mejores precios fueron los tianguis, seguidos de los Mercados Públicos en 9.25 por ciento, las **Bodegas Comercial Mexicana** y **Gigante**, las cuales estuvieron 13.62 y 28.14 por ciento, respectivamente, por arriba de los tianguis. En contraparte, las cadenas de tiendas con el nivel de precios más alto respecto a los tianguis fueron **Aurrera**, con una diferencia del 48.05 por ciento; **Wal-Mart**, cuyo nivel fue del 50.24 por ciento; y **Superama**, con el 51.22 por ciento.

· Los tianguis también se distinguieron por ofrecer el mayor número de productos a precio más bajo, con 25 de los 48 de la muestra, seguidos por **Bodega Comercial Mexicana** (7) y los Mercados Públicos (5).

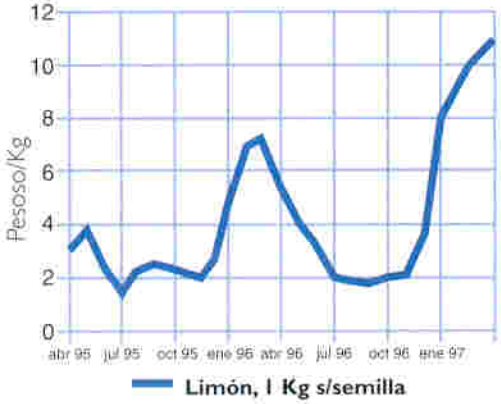
En relación con las diferencias por producto entre establecimientos, se encontró lo siguiente:

El limón sin semilla tuvo un precio por kilo de $ 12.58 en **Superama**, mientras que en **Chedraui** se comercializó en $ 3.47 el kilo, marcando una diferencia de $ 9.11 (262.54%).

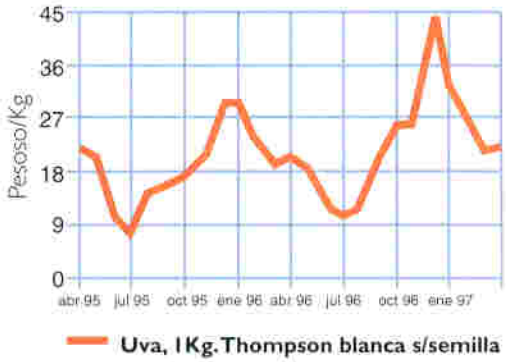
Otro producto que presentó una diferencia importante entre el precio más bajo y el más alto fue el chícharo en vaina, cuyo costo por kilo ascendió a $ 4.57 en los tianguis y a $ 16.50 en **Wal-Mart**, con una diferencia de $ 11.93 (261.05%).

Como ya es costumbre, le recordamos que en los teléfonos del consumidor, 568-87-22 ó 211-64-14, usted podrá obtener información sobre las mejores opciones de compra, que le permitirán aprovechar al máximo su presupuesto.

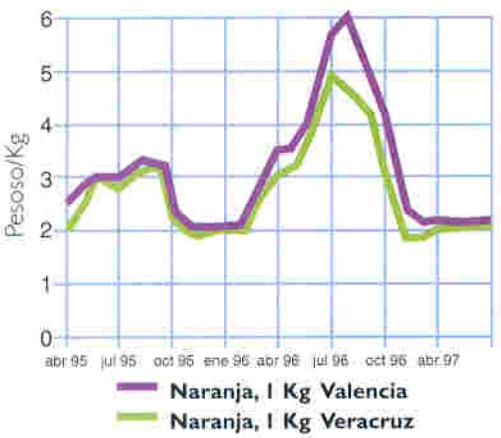
Gráfica 1
Evolución del precio del kilo de LIMÓN



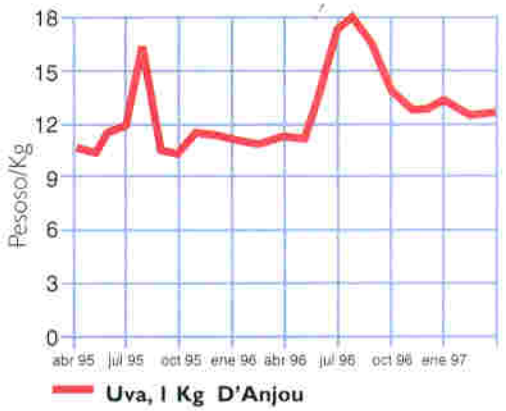
Gráfica 2
Evolución del precio del kilo de UVA



Gráfica 3
Evolución del precio del kilo de NARANJA



Gráfica 4
Evolución del precio del kilo de PERA



Día del Consumidor

En la ruta del consumo sustentable

En el marco de los festejos del XXXV aniversario del Día Mundial de los Derechos de Consumidor, PROFECO organizó el foro «Consumo Sustentable», en el cual participaron destacados investigadores y autoridades en la materia.

El director general de Planeación de la Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (Semarnap), Roberto Cabral Bowlin, puso énfasis en la relación que existe entre el desarrollo y el consumo sustentable.

«El concepto de desarrollo ha sido fundamental para la humanidad a partir de la Segunda Guerra Mundial -menciona Roberto Cabral-, ya que empezó a adquirir un espacio creciente en las políticas y en los acuerdos internacionales.

«Sin embargo, fue durante la postguerra, hasta mediados de los años setenta, que el crecimiento económico y la cooperación internacional para mejorar las condiciones de los países subdesarrollados se consideraron como las condiciones básicas y los indicadores fundamentales que demostraban que la humanidad se encaminaba de manera lineal y constante hacia el desarrollo.

«A partir de los años setenta, tanto por la crisis de la economía de mercado como por la inminente incapacidad del modelo socialista de satisfacer las necesidades básicas de la población, empezaron a surgir críticas al modelo de desarrollo y a las condiciones de inestabilidad en los propios sistemas económicos.

«En este contexto queda de manifiesto que el impacto del desarrollo obtenido en ambos sistemas económicos, la forma indiscriminada de aprovechar los recursos y la creciente urbanización de las poblaciones del mundo estaban generando serios problemas de carácter ambiental con graves daños sobre la salud de la población, el ambiente, la atmósfera y los cuerpos de agua, todo ello a causa de los procesos industriales, los sistemas de transporte, y sobre todo por la tecnología de consumo de energéticos. Surgen así, desde 1972, las primeras preocupaciones sobre el ambiente».

Desarrollo sustentable

Respecto al concepto de desarrollo sustentable, Roberto Cabral explica: «Con esta idea se pretenden satisfacer no sólo las necesidades actuales de la humanidad, sino también las de las generaciones futuras.

«Por sí mismo, el concepto refleja un cambio fundamental en la asimilación del desarrollo: por primera vez se busca integrar una relación entre economía, sociedad y ambiente en la política y en el diseño de los instrumentos de ésta.

«Y si en algún país es urgente implantar la estrategia y la concepción de desarrollo sustentable, debido a su grado de desarrollo económico, desigualdades sociales y biodiversidad, es precisamente en México.

«La sustentabilidad es un requerimiento para transformar nuestro rumbo de desarrollo e integrar las expectativas económicas, sociales y ambientales.

«Es por eso que a partir de 1994 se creó la Semarnap, con el objetivo de profundizar en las políticas de manejo de los recursos naturales y del ambiente, pero a partir de una perspectiva de sustentabilidad que requiere de una estrategia en la que los instrumentos fundamentales son: la participación social, el marco jurídico, la administración pública federal y la integración de políticas hacia el desarrollo sustentable».

Consumo y ambiente

Por su parte, el maestro en ciencias Pedro Álvarez-Icaza, director general de Ordenamiento Ecológico e Impacto Ambiental, mencionó que entre la población existe la necesidad de consumir, «prueba de ello es la proliferación de tiendas departamentales abarrotadas de productos.

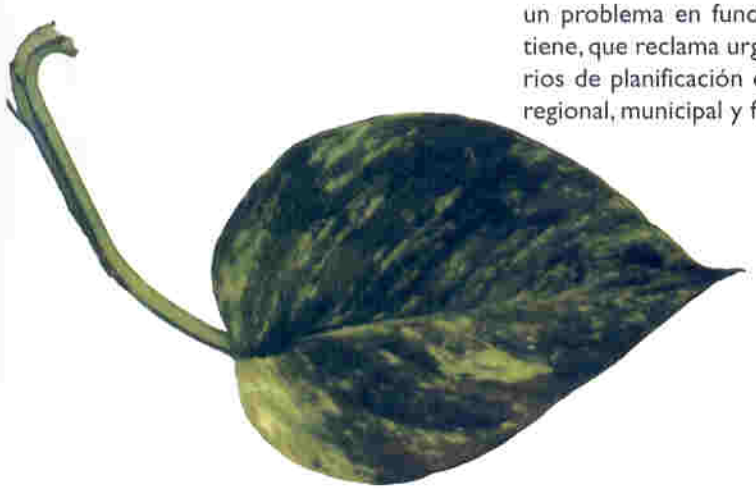
«Y es precisamente a raíz del consumo que debemos tomar conciencia de la problemática ambiental.

«Un indicador de nuestros hábitos de consumo es el peor lugar: la basura, porque allí puede verse lo que se está consumiendo (la cantidad de envases inutilizables, de comida y de diversos objetos).

«Esa toma de conciencia puede convencernos de que lo mejor es consumir verdura fresca y no precocida, alimentos naturales en vez de industrializados. La idea de reducción del consumo es absolutamente fundamental».

Al final de su ponencia, el expositor habló sobre la relación entre ambiente y consumo, indicando que en el esquema de la planeación para el desarrollo sustentable hay tres elementos que se vinculan con la disponibilidad de los recursos naturales: cuántos recursos tenemos, cuáles son las condiciones ambientales de nuestro país y qué es lo que se puede utilizar.

«México tiene mucho menos recursos que hace 50 años y la población no vive necesariamente mejor; es decir, hay un problema en función de lo que se tiene, que reclama urgentemente criterios de planificación del gasto público, regional, municipal y familiar».



Consumidor verde

Durante su intervención, el químico Luis Manuel Guerra se refirió a la preocupación de los ciudadanos del mundo por la sustentabilidad del planeta, lo cual está íntimamente ligado a la forma de sociedad hacia la cual se encamina el ser humano.

¿Es malo el consumo; la sociedad va por el camino correcto? «Hay muchos analistas que consideran que los patrones de consumo actual son insustentables y que no podrán permanecer durante mucho tiempo sin causar grandes desarreglos en los ecosistemas.

«Hay evidencia de que en tres rubros básicos, lo que se hace actualmente no es sustentable: el consumo de energía, la cantidad de bienes desechables y el número de consumidores que existe en la sociedad.

«Asimismo, el paradigma actual del consumo está encaminado a aumentarlo como símbolo de bienestar; se pretende que todos los seres humanos tengan derecho a una vivienda digna, a salud, a educación y a esparcimiento, pero además a la adquisición de bienes como automóviles, ropa, etcétera.

«Sin embargo, no podemos dividir al mundo en dos segmentos: aquellos que tienen, usan y consumen y aquellos que no consumen, y por lo tanto están condenados a quedar fuera del bienestar».

Dentro de la plática surge la pregunta: ¿hacia dónde vamos? El mundo actual está orientado hacia la adquisición de bienes, hacia el uso de servicios y de energía en forma indiscriminada; pareciera que el bienestar crecerá a medida que lo haga el consumo.

«Afortunadamente empieza a existir consenso a nivel global; en muchas escuelas de pensamiento se dice que debe encontrarse un freno para ese tipo de desarrollo.

«Lo cual puede lograrse si se educa a los consumidores en el sentido de que pueden mejorar su calidad de vida sin necesidad de impactar negativamente el ambiente. ¿Cómo? A través del reuso, de la reducción de desechos y del reciclaje, así podrán abrirse espacios a los mexicanos que no están todavía dentro de la sociedad de consumo, a fin de que accedan a ella de forma más racional».

Naturaleza y ambiente: hacia dónde vamos

El licenciado Ramón Ojeda Mestre, catedrático e investigador, inició su intervención con un ejemplo en el que claramente se aprecia la violación a la norma oficial 087 referente al manejo de desechos hospitalarios, pues más de 125 mil kilos diarios de desechos biológico-infecciosos van a dar a los tiraderos, contaminando el resto de los desechos sólidos de la basura municipal, debido a que no existe un lugar preestablecido donde depositarlos.

Respecto a la naturaleza, comentó: «Ésta ha demostrado que es capaz de asimilar las catástrofes que produce, como erupciones o inundaciones, pero se ha declarado incompetente para neutralizar las que los seres humanos somos capaces de provocar.

«Desde que los sistemas de producción se sostienen con un estilo depredador de recursos naturales y en volúmenes y extensiones cada vez mayores, no hay manera de que los procesos de recuperación o regeneración natural le ganen la carrera al aniquilamiento ecológico».

Por su parte, el doctor Adip Sabag intervino durante el foro con la ponencia «Consumidores con conciencia», durante la cual ejemplificó cómo el consumismo va «atacando» a las instituciones sociales y particularmente a la universidad y la escuela.

Mencionó que la escuela, a pesar de ser fundamental, está perdiendo el rumbo porque adoptó «un gran aparato de mercadotecnia: la computadora. Dicen que las escuelas o universidades valen por sus hombres y sus hombres por sus ideas. Yo quisiera sustituir esto y vean cómo no funciona: las universidades valen por sus computadoras y éstas por sus ideas. Creo que la escuela se está pervirtiendo».

Finalmente, el licenciado Fernando Lerdo de Tejada, titular de PROFECO, mencionó: «Actualmente los consumidores mexicanos somos distintos, tenemos hábitos y conductas de consumo que no se habían presentado anteriormente. Hoy los consumidores tienen un mayor interés en el mercado, en su información, en su estacionalidad; hoy tenemos un consumidor que quiere conocer más de lo que pasa en su entorno.

«De una de las pláticas resalta la necesidad de ser consumidores con conciencia. Creo que lo más importante es trabajar, educar y concientizar a nuestros jóvenes y niños, ahí donde el futuro todavía se está creando y dónde todavía tenemos posibilidades de cambiar tendencias y conductas».

Vanessa Prieto

A f o
Lo que usted quiere saber
r e
¿?
$

Uno de los principales derechos que otorga el Estado a los trabajadores es el sistema de pensiones, el cual les permitirá, al concluir su ciclo laboral, gozar de un ingreso para hacer frente a sus necesidades básicas.

A partir de 1992 el Gobierno de la República creó el Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR), con el fin de que las cuentas individuales del trabajador obtengan un rendimiento sobre sus aportaciones para incrementar el monto de su pensión.

Con el propósito de fomentar el ahorro interno y brindar un mayor beneficio, el 21 de diciembre de 1995 y el 23 de mayo de 1996 se modificaron la Ley del Seguro Social y la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro, respectivamente, para que el trabajador sea quien decida dónde invertir los recursos de sus aportaciones y seleccione a la institución que los administre.

Paralelamente se crearon tres organismos encargados del manejo, vigilancia y destino de las aportaciones: las Afores (Administradoras de Fondos para el Retiro); la Consar (Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro); y las Siefores (Sociedades de Inversión Especializadas en Fondos para el Retiro).

¿Por qué surgen?

Antes, el manejo de las aportaciones por parte del IMSS se basaba en el «sistema de reparto», en el cual la pensión no se relacionaba con las aportaciones hechas durante toda la vida laboral del trabajador, ya que se daban casos en que alguien que había laborado 45 años recibía lo mismo que una persona que sólo tenía 10 años de trabajar; además, si no se cubrían todos los requisitos para jubilarse se perdían los recursos aportados.

El IMSS se encargaba de recaudar y administrar las aportaciones para constituir los fondos necesarios para cubrir enfermedades, maternidad, vejez, cesantía, pensiones de retiro y otros servicios. Sin embargo, el total de las aportaciones se reunía en una sola cuenta y se utilizaba de acuerdo con las necesidades del instituto (infraestructura hospitalaria, medicinas, etcétera), sin crear instrumentos separados para la cobertura de prestaciones provisionales.

Ahora, el SAR se ha perfeccionado con las Afores, las cuales permitirán al trabajador obtener ganancias reales en una cuenta capitalizable individual, generar recursos a nivel nacional para inversiones a largo plazo y reunir los recursos suficientes para lograr una pensión digna.

¿Qué son las Afores?

La función de las Administradoras de Fondos para el Retiro será abrir una cuenta a cada asegurado, la cual le permitirá, al cubrir ciertos requisitos de tiempo y cotización recibir cuando menos una pensión de un salario mínimo vigente en el D. F., garantizado por el Estado.

En una primera etapa, este sistema contempla únicamente a empleados y asegurados permanentes afiliados al IMSS (calculados en 10 millones aproximadamente). Posteriormente se piensa en la incorporación de grupos no afiliados (por ejemplo, los empleados de la Administración Pública).

Hasta el mes de febrero del presente año han sido autorizadas 12 administradoras: **Banamex**, **Bancomer**, **Banorte**, **Profuturo GNP**, **Santander Mexicano**, **Inbursa**, **Bital**, **Previnter**, **Garante**, **Génesis**, **Tepeyac** y **Bancrecer**, las cuales iniciarán sus operaciones el 1° de julio de 1997.

Los recursos con los que empezarán las Afores son los que se han acumulado en el SAR hasta julio de 1997, que permanecen en una cuenta individual abierta por el IMSS en el Banco de México, y que serán transferidos a la Afore seleccionada por el trabajador.

¿Qué recursos serán incluidos?

La Afore que usted elija recibirá las siguientes aportaciones:

- 4.5 por ciento por cesantía y vejez en edad avanzada, integrada por la aportación del trabajador (1.125%); del patrón (3.150%) y del Estado (0.225%).
- 2.0 por ciento de retiro, aportada por el patrón.
- 5.0 por ciento de Infonavit, aportada por el patrón y administrada por el mismo Infonavit.
- 5.5 por ciento de un salario mínimo vigente en el D. F. como aportación social del Estado (aproximadamente 1.45 pesos diarios, tarifa que se actualiza cada tres meses de acuerdo con la inflación).

Cabe hacer mención que sobre las dos primeras aportaciones se cobra comisión por parte de la Afore; asimismo, con este nuevo sistema los trabajadores podrán incrementar los recursos de su renta vitalicia o seguro de sobrevivencia.

Por otro lado, el Gobierno Federal creó las llamadas Siefores (Sociedades de Inversión Especializadas en Fondos para el Retiro), las cuales tienen como objetivo invertir los recursos de los trabajadores en instrumentos de inversión tales como:

- Instrumentos emitidos o avalados por el Gobierno Federal.
- Instrumentos de renta variable.
- Instrumentos de deuda emitidos por empresas privadas.

- Títulos de deuda emitidos, aceptados o avalados por instituciones de banca múltiple o de banca de desarrollo.
- Títulos cuyas características específicas preserven su valor adquisitivo conforme al Índice Nacional de Precios al Consumidor.
- Acciones de otras sociedades de inversión, excepto Sociedades de Inversión Especializadas en Fondos para el Retiro.

Para decidir el destino de estas inversiones, el trabajador debe informar a su Afore en qué Siefore y porcentaje debe invertir los recursos de su cuenta individual, en caso contrario, la administradora tomará la decisión de invertir en el fondo que preserve el valor de sus ahorros.

¿Cuáles son las comisiones?

Cada una de las 12 Afores autorizadas cuenta con diferentes tasas de comisión, las cuales pueden cobrarse sobre el salario base de cotización o sobre los rendimientos de la cuenta individual.

A continuación le presentamos una tabla sobre las diferentes comisiones cobradas por 11 Afores en las dos modalidades:

COMISIONES

	Sobre salario base %	Sobre sdo. de cta. individual %
Banamex	1.7	0.0
Bancomer	1.7	0.0
Banorte	1.0	1.50
Profuturo	1.98	0.36
Santander	1.99	1.0
Inbursa*	0.0	0.0
Bital	1.21	3.50
Previnter	1.60	0.0
Garante	1.77	0.70
Génesis	1.70	0.65
Tepeyac	0.0117	1.0

** En este caso, **Inbursa** cobra una comisión del 33% sobre el rendimiento real.*

Aun cuando esta información será, en algunos casos, el principal elemento de la elección del trabajador, existen factores técnicos y de competencia financiera, a mediano y largo plazos, que modifican los datos y que pueden convertir a una Afore en la más conveniente.

Por ejemplo, en este momento **Banamex** ofrece un descuento en la comisión, dependiendo de la antigüedad en su Afore, la cual disminuye, al quinto año, de 1.70 por ciento a 1.68 por ciento y así sucesivamente hasta llegar a 1.04 por ciento después de 35 años de permanecer en dicha administradora. Además, según el cuadro anterior, las administradoras **Banorte**, **Bital** y **Tepeyac**, ofrecen, respectivamente, las menores comisiones sobre el sueldo base de cotización, esto es: 1.0, 1.21 y 0.0117 por ciento, aunque se hacen cobros sobre el rendimiento de las cuentas. Caso especial se observa en **Inbursa**, que no cobra comisión alguna en las modalidades, sino que lo hace sobre el rendimiento real (33%).

Enseguida presentamos un ejemplo hipotético sobre la comisión que se cobraría a un trabajador por el manejo de su cuenta individual:

Si consideramos nuestro sueldo mensual en $793.5 pesos, tenemos una cantidad bimestral de $1,587, la cual será la base para el cobro de la comisión.

$793.5 x 2 = $1,587

Comisión promedio

1.7% x $1,587 = $26.98

(comisión bimestral de la Afore).

Ahora bien, si tomamos en cuenta las aportaciones que van a ser administradas, tenemos que:

4.5% por cesantía y vejez en edad avanzada.
4.5% x $1,587 = $71.42
2.0% por retiro.
2.0% x $1,587 = $31.74

Tenemos un total de $103.16

De lo anterior resulta que la comisión cobrada bimestralmente por la Afore ($26.98) representa el 26.15 del total de las aportaciones, también bimestrales, del trabajador.

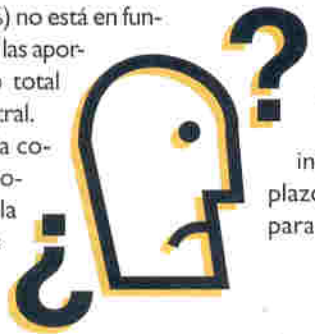
Esto quiere decir que la comisión que va a pagar el trabajador por la administración de sus recursos (1.7%) no está en función de los porcentajes de las aportaciones, sino del sueldo total cotizable en forma bimestral.

Por lo que respecta a la comisión que se cobraría sobre los rendimientos de la cuenta individual, no es posible realizar un ejemplo, debido a que esto depende del instrumento en el que decidan ser invertidos, no obstante, dicha inversión debe generar rendimientos atractivos para el trabajador.

Aunque es poco probable, es necesario aclarar que la inversión puede sufrir pérdidas que el usuario tendrá que aceptar porque así lo especifican los contratos de afiliación a las Afores.

Ventajas de las Afores

- El trabajador tiene la libertad de elegir la Afore que más se ajuste a sus necesidades e intereses.
- Tendrá una cuenta individual y el dinero le dará ganancias a través de ingresos generados.
- El trabajador podrá conocer el saldo de su cuenta (la Afore tiene la obligación de enviar el estado de cuenta, por lo menos una vez al año).
- Podrá ahorrar voluntariamente en su cuenta individual.
- El fondo será propiedad del asegurado y no se perderá por ninguna causa.
- El empleado no perderá sus derechos en el Seguro Social, como asistencia médica, consulta externa, guarderías, y aquellos que no involucran los beneficios de la pensión.



¿Qué sucede si por el momento no elijo ninguna Afore? Absolutamente nada. De acuerdo con los lineamientos emitidos, si la persona decide no contratar una Afore, tendrá un plazo de cuatro años a partir del 1° de julio de 1997 para hacerlo.

En tanto, sus recursos serán depositados en una cuenta que generará intereses, según el instrumento en el que se hayan invertido. Vencido el plazo, si aún no se ha decidido, la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar) le asignará una.

Recomendaciones

Si está interesado en contratar alguna Afore, a continuación le damos algunas recomendaciones:

- No se deje impresionar por los argumentos del primer promotor que lo visite; tome su tiempo e indague acerca de otras opciones. No tiene que decidir necesariamente antes del primero de julio.

- Considere los servicios adicionales con los que cuenta la Afore para recibir asesoría e información en caso de dudas o reclamos.

- Tome en consideración la facilidad de elegir una Afore que tenga oficinas cerca de su domicilio, además observe la amabilidad y la calidad del servicio que reciba.

- Evalue los argumentos de diferentes promotores y tome en cuenta la claridad de la explicación, la seguridad al describir las ventajas, la amabilidad y, principalmente, la capacidad de la Afore para administrar las aportaciones (número de oficinas de atención al público y años de experiencia en la administración de recursos financieros).

- Recuerde que si después de un año está insatisfecho con la atención e información recibidas, puede cambiar de Afore.

Es importante señalar que los beneficios reales de este sistema de pensiones comenzarán a observarse en el mediano y largo plazos.

Vanessa Prieto

Fuente: Dirección de Mercadotecnia Social, PROFECO.

Servicios de mensajería y paquetería

La necesidad de enviar documentos y artículos diversos a otras ciudades y países ha obligado al consumidor y a las empresas a recurrir cada vez con mayor frecuencia al servicio de mensajería y paquetería.

En la antigüedad, el transporte de mercancías y mensajes era realizado por personas que, a pie o en caballo, recorrían grandes distancias para hacerlos llegar a otras poblaciones; posteriormente se comenzaron a utilizar las carretas o diligencias y fue así, poco a poco, que el traslado de paquetes evolucionó hasta convertirse en las actuales empresas de mensajería y paquetería, que en lapsos muy cortos llevan los envíos a su destino final (ya sea una ciudad dentro de la república o cualquier rincón del mundo).

Qué servicios ofrecen

En nuestro país existen diversas compañías dedicadas al traslado y reparto de mercancías: la diferencia entre un servicio de mensajería y uno de paquetería es que el primero se ocupa de los paquetes que no exceden los tres kilogramos de peso, mientras que el segundo transporta mercancías hasta de 30 kilos.

Sin embargo, cada compañía ofrece servicios adicionales, que en la mayoría de los casos tienen que ver con entregas rápidas y asesoría en la exportación.

El vicepresidente de Mercadotecnia y Comunicaciones para América Latina y el Caribe de la empresa Federal Express, Michael Murkawski, señala: «Como fundadores del transporte expreso, nuestra meta es ser el mejor aliado de los exportadores mexicanos: actualmente, en lo que se refiere a transportación internacional, llevamos los productos de nuestros clientes a los mercados mundiales en un lapso de entre 24 y 48 horas.

«Asimismo, para paquetes de más de 75 Kg ofrecemos el *International Priority Freight Service*, en el que nos comprometemos a hacer el envío en un tiempo determinado (por ejemplo, al día siguiente) y realizar la entrega puerta a puerta, misma que incluye despacho aduanal; por otro lado, el *International Express Freight* es un servicio flexible, de tiempo determinado, que incluye despacho aduanal y entrega de aeropuerto a aeropuerto.

«Federal Express también ofrece el *International Priority Service* para enviar documentos y paquetes, el cual surgió como respuesta a las necesidades y ciclos de producción de los clientes. Además, al operar más de 560 aeronaves,

brindamos transportación segura, rápida y confiable a más de 210 países alrededor del mundo. Nuestro tiempo de entrega para envíos de México a Estados Unidos es al día siguiente, para Europa o Latinoamérica es de dos días y para el Lejano Oriente de tres».

Por su parte, Ramón Güemez Sarre, gerente de Planeación Estratégica de DHL, menciona a la **Revista del Consumidor**: «Aparte del servicio habitual de mensajería y paquetería, ofrecemos el de 'logística', que incluye desde el almacenamiento y control de inventario hasta la distribución de mercancías; en las principales ciudades de la república brindamos el servicio de entrega 'hoy mismo'; otra modalidad es la de carga internacional, en la que se proporciona asesoría en importaciones y exportaciones; el servicio de recolecciones y entregas preestablecidas y especiales; el de rastreo e información de envíos; y el destinado a asegurarlos».

El licenciado Diego Ortiz Monasterio, director de Mercadotecnia de Estafeta, manifiesta que la empresa que representa provee servicios de comunicación express y distribución acelerada a nivel nacional (el 92 por ciento del servicio que prestan es en México).

«Estafeta ofrece a sus clientes diferentes modalidades en cuanto a tiempos de entrega: 'Elite', en más de 75 ciudades del país, para documentos y paquetes que deban entregarse antes de las 7:45 a. m.; 'Premium', servicio extra urgente para documentos y paquetes que deban ser entregados antes de las 11:30 a. m.; 'Express', servicio que realiza la entrega 24 horas después de contratado; y 'Estándar', que es exclusivo para paquetes y el tiempo de entrega es de dos a cuatro días en toda la república».

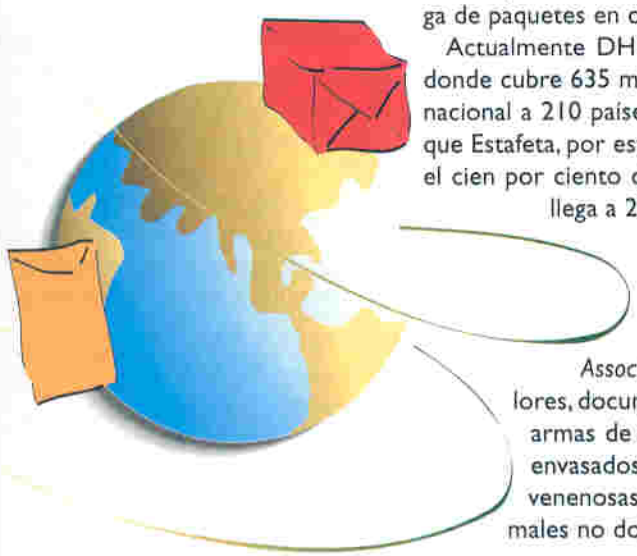
Por su parte, en destinos nacionales DHL ofrece la entrega de los envíos antes del mediodía siguiente al momento en que se recibió el paquete en la empresa. En destinos internacionales el tiempo varía, ya que puede incrementarse debido a los requerimientos aduanales de cada país; sin embargo, por lo general para Estados Unidos y Canadá es de 24 horas; para Europa de dos días y para América Latina, Asia y África de tres días».

La empresa UPS, establecida en México desde 1988, llega a más de 200 destinos en todo el mundo con los servicios «UPS Mundial Express» (para envíos internacionales urgentes con entrega puntual garantizada a los principales centros de negocios del mundo) y «UPS Mundial Rápido» (para envíos cuya entrega fluctúa entre los tres y los cinco días).

Asimismo, esta empresa proporciona los servicios «Doméstico Express» (la entrega se garantiza para el día siguiente en la mayoría de los destinos dentro del país), «Doméstico Standard» (servicio terrestre de tiempo definido) y «Capacidad Logística» (asesoría para la cadena completa de abastecimiento y para proveer soluciones globales en cualquier aspecto de la distribución, incluyendo la entrega de materia prima, almacenamiento, facturación y entrega del producto terminado).

Finalmente Mexpost, una dirección especializada del Servicio Postal Mexicano, que forma parte de la organización mundial Express Mail Service calcula sus tiempos de entrega, en servicios locales, en un día; nacionales, en ciudades principales, de 2 a 3 días y reencaminamiento de 3 a 5 días; e internacionales en tres días hábiles.

Cobertura mundial



La mayoría de las empresas que presta este servicio ofrece a sus clientes la entrega de paquetes en casi todo el mundo.

Actualmente DHL llega a más de 510 destinos en la república y a 227 países donde cubre 635 mil ciudades; por su parte, Federal Express ofrece servicio internacional a 210 países, con más de 250 vuelos diarios a 325 aeropuertos; mientras que Estafeta, por estar enfocada básicamente a brindar servicios nacionales, abarca el cien por ciento del territorio mexicano, y en materia de servicio internacional llega a 220 países en los cinco continentes.

En este punto es importante aclarar que hay ciertos artículos que no pueden enviarse a través de este servicio, puesto que las empresas del ramo se encuentran regidas por las normas de transportación establecidas por la IATA (*International Air Transport Association*). Entre los artículos prohibidos se encuentran: dinero, valores, documentos al portador y negociables, estupefacientes, joyas, licores, armas de fuego, materiales obscenos, corrosivos, inflamables, peligrosos, envasados al alto vacío, radiactivos o magnetizados, cultivos y sustancias venenosas, portafolios y maletas con sistemas de alarmas, cueros de animales no domésticos y pieles.

Recomendaciones vía express

Para evitar sorpresas desagradables y asegurarse de que le brinden un servicio eficiente, nuestros entrevistados coincidieron en señalar que es importante:

- Responder correctamente a todos los requerimientos de la guía del contrato.
- Si piensa enviar un artículo de valor, contratar el seguro que ofrece la compañía, cuyo costo es mínimo.
- Definir cuál modalidad desea contratar, de acuerdo con sus necesidades.
- Pedir a sus amistades o familiares que le recomienden alguna empresa; de lo contrario es preferible acudir a una compañía grande que tenga prestigio en el mercado, lo que generalmente es sinónimo de calidad.
- Empaquetar correctamente los envíos para que no se dañen; si no sabe cómo hacerlo, recurra a la empresa, donde por lo general disponen de un folletoguía de orientación.

En caso de que su envío se extravíe, la ley lo protege. Federal Express aconseja interponer su queja en el Centro de Servicio Local, para lo cual será necesario presentar la guía aérea y la factura comercial a fin de corroborar el valor del envío. El cliente tiene derecho a que se le reembolse la cantidad total pagada por el servicio.

Por su parte, Ramón Güemez, de DHL, menciona que los derechos del consumidor le otorgan una indemnización hasta del 100 por ciento del valor del envío. Es importante señalar que al reverso de la guía aérea se incluye un contrato de transportación registrado y aprobado por PROFECO.

De igual manera, el contrato de prestación de Servicios de Mensajería y Paquetería de Estafeta está debidamente inscrito ante PROFECO, y en su cláusula número seis estipula: «Estafeta asume como responsabilidad máxima por el envío el equivalente al importe de hasta 30 salarios mínimos vigentes en el Distrito Federal, en la fecha en que ésta haya documentado el envío en el lugar de origen del servicio; si el envío sufre, por causa imputable a Estafeta, pérdida total, daños o menoscabo».

UPS ofrece una garantía de $ 800 en paquetes declarados con ese valor o menos, y por cada cantidad igual extra contratada, el cliente debe pagar $ 2.80.

El máximo valor declarado es de 10 mil dólares por paquete (o su equivalente en moneda nacional), y en el caso de joyas finas es de 500 dólares. En el servicio internacional, por cada envío con un valor declarado de más de 100 dólares se cobra $.35 por cada 100 adicionales; el valor máximo por paquete es de 50 mil dólares, mientras que en joyas finas es de 500 dólares.

Finalmente, Mexpost ofrece la posibilidad de asegurar los envíos cuyo valor no rebase los 50 mil pesos, con el pago mínimo del 1 por ciento sobre el valor declarado.

Ya lo sabe, amigo consumidor, antes de contratar un servicio de esta índole investigue cuál es la mejor opción y no lo olvide: ¡haga valer sus derechos!

Vanessa Prieto

Fuentes: -DHL.
-Federal Express.
-Aeroflash.
-Estafeta.
-UPS.
-Mexpost.

Cómo hacer alegría

El amaranto, también conocido como *huautli* o alegría, se caracteriza por su elevado contenido de proteínas -particularmente la lisina y el triptófano, que son indispensables para los niños y las personas de edad avanzada-; en una escala de 100, el valor proteínico del amaranto alcanzaría la cifra de 80.
Por esa razón le sugerimos preparar en casa este tradicional dulce mexicano que, como ha podido comprobar, además de sabroso y nutritivo, es sencillo de preparar.

Ingredientes

- 1 piloncillo
- 1 taza de agua
- 4 tazas de amaranto

Utensilios:

- 1 envase de leche de 1 lt. (tetrapak)
- 1 cuchara de madera
- 1 cazo de cobre
- tijeras

Preparación:

1. En el cazo de cobre se vacían el agua y el piloncillo en trozos, se ponen a calentar hasta que la mezcla se espese.
2. Se retira esta miel del fuego y se le agrega el amaranto, mezclando muy bien con la cuchara de madera.
3. Una vez incorporados los ingredientes, se vacían en el envase, previamente lavado, y se dejan enfriar.
4. Posteriormente se corta el cartón para retirar la barra de alegría y ésta se divide en rebanadas de 3 cm de grueso.

Impermeabilice con jabón

Para cada 6 m^2 de superficie se requieren:

- 1 1/2 kg de jabón blanco o de pasta (de lavandería)
- 1 kg de alumbre
- 10 litros de agua
- 1 brocha
- 1 escoba
- 1 cubeta de lámina

Procedimiento:

- En la cubeta se vierten 5 litros de agua y se disuelve el jabón; esta mezcla se calienta a fuego lento para evitar que haga espuma.
- La azotea se barre para que quede lo más limpia posible de basura y polvo.
- Con la brocha se aplica abundantemente la mezcla caliente sobre la superficie, procurando no pisar la parte que ya esté cubierta.
- El jabón se deja secar un día para que se endurezca; esta misma aplicación se repite dos o tres veces, esperando el tiempo necesario para que se seque bien.
- Posteriormente se disuelve el alumbre en 5 litros de agua.
- Se aplican dos manos de esta mezcla (de la misma forma que el jabón); es importante dejar secar la primera capa antes de extender la segunda.

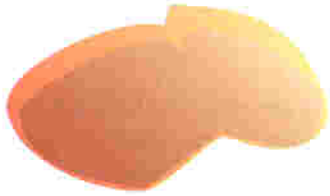
Toda la superficie de la azotea, los chaflanes y el pretil deben quedar bien cubiertos.

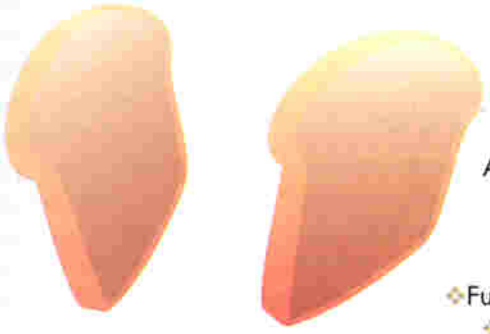
Cómo reparar el tostador de pan

Los aparatos electrodomésticos tienen una larga vida si se utilizan de acuerdo con las indicaciones de empleo proporcionadas por el fabricante.

Aquí le ofrecemos unas sencillas sugerencias para reparar y darle mantenimiento al tostador de pan.

Uno de los desperfectos más comunes es que el tostador queme el pan, lo cual puede deberse a que el termostato está desajustado, en cuyo caso lo mejor es recurrir al especialista.





Qué hacer cuando el tostador no enciende

Antes que nada verifique que:

- Haya electricidad en casa
- Haya electricidad en el tomacorriente
- Funcione la clavija
- El cordón no tenga roturas
- El cordón esté conectado al tostador.

Si todo está correcto y aún sigue sin encender, necesita:

- 1 brocha plana pequeña
- 1 jabón
- 1 navaja o pinzas de electricista
- 1 desarmador de punta plana
- Cinta aislante
- Agua

Procedimiento:

- Asegúrese de que el aparato está desconectado, retire la tapa protectora y revise los cables de las conexiones terminales.
- Ajuste las conexiones comprobando que las terminales estén bien conectadas.
- Observe el cordón y verifique si los cables están partidos.

En este caso hay que repararlos.

Cómo reparar el cable del tostador

- Desenchufe el tostador.
- «Pele» el cable procurando no cortar ninguno de los hilos de cobre que componen los conductores. Si se rompe alguno, los hilos restantes tendrán que conducir más corriente de la que pueden soportar, lo cual ocasionaría que el cable se caliente en la zona de la rotura y se produzca un incendio.
- Quite unos centímetros del material aislante que recubre a los conductores, tratando de no presionar demasiado el cable. Corte el aislamiento lentamente, moviendo la navaja o las pinzas en forma circular alrededor del cable, a unos 2 centímetros del extremo.
- Con los dedos retire cuidadosamente el aislante que cortó en toda la circunferencia.
- Los hilos de los conductores se unen con movimientos circulares para que formen un solo hilo. Los extremos «pelados» de los conductores se doblan uno sobre otro y se enroscan firmemente para formar con ambas puntas un solo conductor.
- Recubra con cinta aislante la conexión de los hilos conductores.

La cantidad de cinta dependerá del grueso del material original del cable.

- Enrolle la cinta diagonalmente, empezando por uno de los extremos de la unión.

Cuidado con las ventas por telemarketing

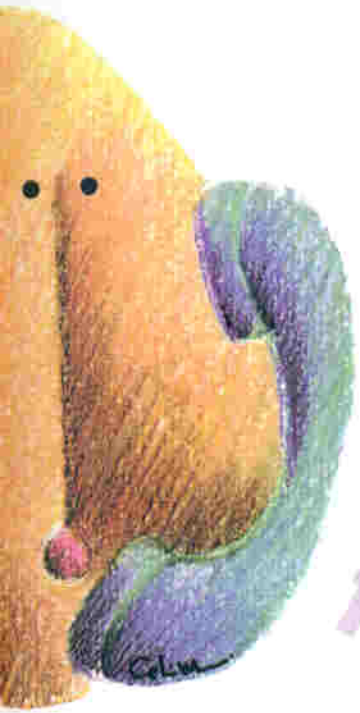
La introducción de la telemática y la computación en algunos servicios ha permitido agilizar las transacciones comerciales al crear, por ejemplo, una técnica denominada telemarketing o telemercadeo para realizar ventas telefónicas sistematizadas.

Este sistema de ventas surgió en los Estados Unidos durante la década de los setenta y su práctica se ha extendido a nivel mundial. La importancia que ha adquirido es tal que se cree que en los años venideros, una tercera parte de las operaciones de compraventa se realizarán por vía telefónica.

Sin embargo, esta forma de comprar puede representar serios «dolores de cabeza» para los consumidores. Prueba de ello es que PROFECO, a través de los teléfonos del consumidor (568-87-22, 211-64-14 y LADA sin costo desde el interior de la república 91-800-903-13), en el año de 1996 atendió 2 mil 564 consultas y asesorías sobre el particular, dio trámite a mil 011 quejas, de las cuales 985 han concluido; y atendió 661 denuncias.

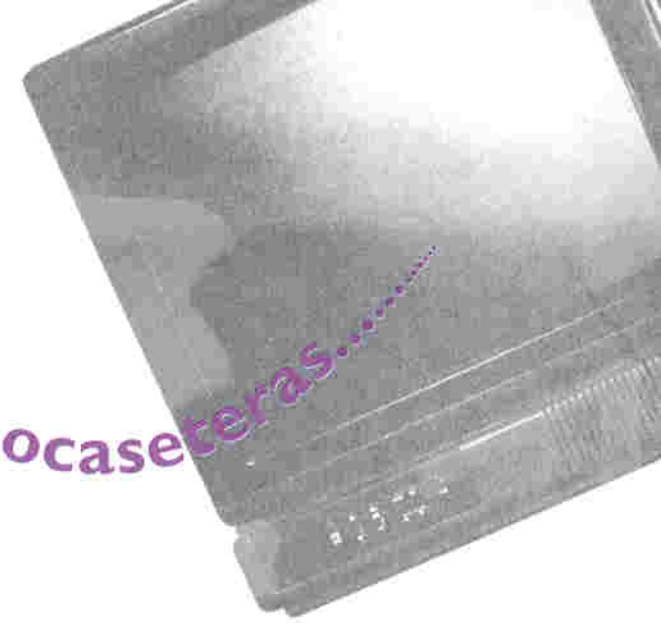
Los proveedores con más quejas y denuncias fueron **California Net, Telemercadeo y CV-Directo**, principalmente debido al incumplimiento de la entrega del bien, cobro indebido y no respetar los términos del contrato.

Por lo anterior, PROFECO tomó cartas en el asunto y convocó a **California Net** para solucionar de forma inmediata las quejas interpuestas por los consumidores; gracias a ello, la cantidad de demandas disminuyó considerablemente, es decir, se logró solucionar el 96 por ciento del total de las inconformidades.



fajas reductoras, aparatos abdominales, reba

...nadores eléctricos, videocaseteras.....



Cómo funciona

La forma de adquirir un producto a través de este sistema es la siguiente: por televisión se anuncian los artículos -videocaseteras, fajas reductoras, rebanadores eléctricos de frutas y verduras, aparatos para hacer ejercicios abdominales, entre otros-, mencionando sus características, su costo y los números telefónicos a los que usted puede llamar para hacer su pedido; o bien, para solicitar mayor información acerca de los productos.

Para muchos consumidores, el telemarketing representa una ventaja, pues lo único que tienen que hacer es llamar al número telefónico y pedir el producto que les interesa. Al adquirirlo le solicitarán sus datos personales, domicilio y número telefónico, y en dos o tres días el artículo será enviado a su casa.

Llegó la hora de pagar

El pago del producto o servicio puede realizarse de dos maneras: en efectivo, al momento de recibir la mercancía; o bien, con tarjeta de crédito, para lo cual el cliente proporciona -vía telefónica- su número de cuenta al vendedor, quien se encargará de realizar el trámite de cobro.

«Ojos que no ven, corazón que no siente»

Las televentas, como lo estipula el artículo 51 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), se consideran ventas a domicilio, mediatas o indirectas.

Con base en lo anterior, las obligaciones del proveedor son las siguientes:

-Deberá cerciorarse de que la entrega del bien se haga efectivamente en el domicilio del consumidor.

-Recibir la devolución del producto en caso de inconformidad, la cual podrá realizarse por medios similares a los utilizados para la venta, así como cubrir los costos de transporte y envío de la mercancía en caso de haber devoluciones o reparaciones que ampare la garantía, salvo que el cliente haya pactado lo contrario.

-Si el cobro por el bien o el servicio se efectúa a través del recibo telefónico, el estado de cuenta de su tarjeta de crédito, o de otra forma, el proveedor y el agente deben notificárselo al comprador en forma clara, ya sea en la publicidad, durante las transmisiones televisivas, o en el recibo.

Si usted desea cubrir su pago con tarjeta de crédito, antes de cerrar el trato infórmese si el cargo se hará al momento de solicitar el producto o hasta que lo reciba.

La LFPC, en su artículo 15, indica que el cargo debe realizarse hasta el momento en que el bien sea entregado, salvo que se informe lo contrario al consumidor.

Aun después de haber cerrado la transacción, el contrato de compraventa se perfeccionará en los cinco días hábiles posteriores, contados a partir de la entrega del bien o la firma de contrato. Durante ese lapso usted tiene la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna. La revocación deberá hacerse mediante aviso o con la entrega del bien en forma personal, por correo registrado, o por otro medio fehaciente. (Artículo 56 de la LFPC).

-La revocación deja sin efecto la operación, y si es el caso, los costos del flete y el seguro correrán a su cargo.

-En lo que se refiere a promociones y ofertas -de acuerdo con lo estipulado en el artículo 48 de la mencionada ley-, deberán indicarse las condiciones, así como la duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos. Si no se fijan plazos ni volúmenes se entenderá que son indefinidos hasta que su revocación se haga del conocimiento público de modo suficiente y por el mismo medio de difusión.

Algunos consejos

-Si detecta alguna anomalía en la mercancía adquirida, debe reportarla de inmediato a la persona que se la entregó, o bien, comunicarse al departamento de reclamaciones de la empresa correspondiente.

-Antes de decidirse, indague cuál es el precio en el mercado del producto que piensa adquirir, pida que le informen detalladamente cómo se llevará a cabo la transacción y, sobre todo, no permita que le hagan cargo alguno a su cuenta hasta que le hayan entregado el bien.

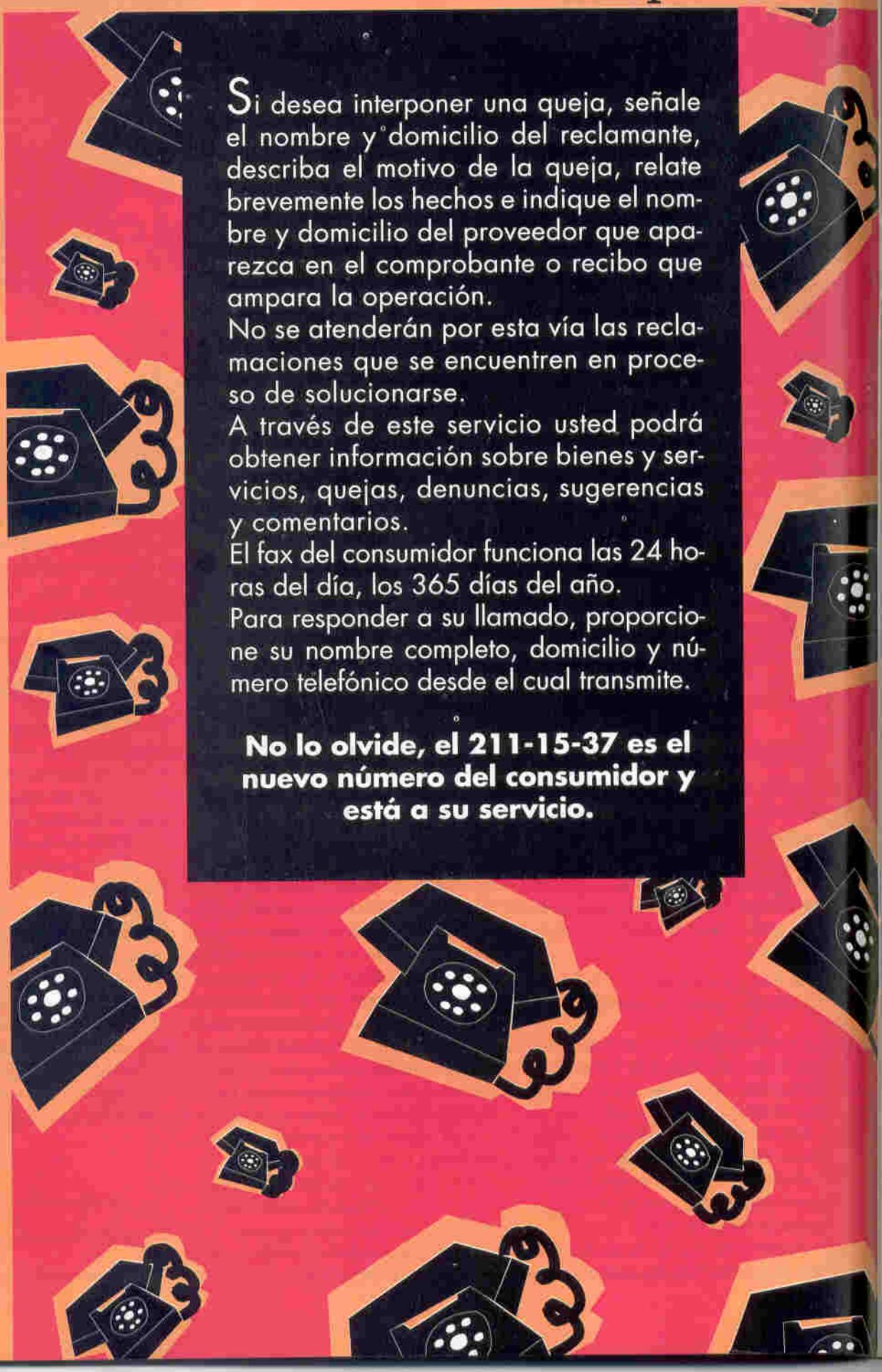
Ante cualquier anomalía diríjase a la oficina de PROFECO más cercana a su domicilio, o bien, llámenos al 568-87-22 o al 211-64-11; desde el interior de la república puede llamar por LADA sin costo al 91-800-903-13, y con gusto lo atenderemos.

Miguel G. Prieto

Fuentes: -Subprocuraduría de Servicios al Consumidor, PROFECO.
-Dirección General de Quejas y Conciliación, PROFECO.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.

Fax del consumidor: un nuevo servicio para usted

211-15-37



Si desea interponer una queja, señale el nombre y domicilio del reclamante, describa el motivo de la queja, relate brevemente los hechos e indique el nombre y domicilio del proveedor que aparezca en el comprobante o recibo que ampara la operación.

No se atenderán por esta vía las reclamaciones que se encuentren en proceso de solucionarse.

A través de este servicio usted podrá obtener información sobre bienes y servicios, quejas, denuncias, sugerencias y comentarios.

El fax del consumidor funciona las 24 horas del día, los 365 días del año.

Para responder a su llamado, proporcione su nombre completo, domicilio y número telefónico desde el cual transmite.

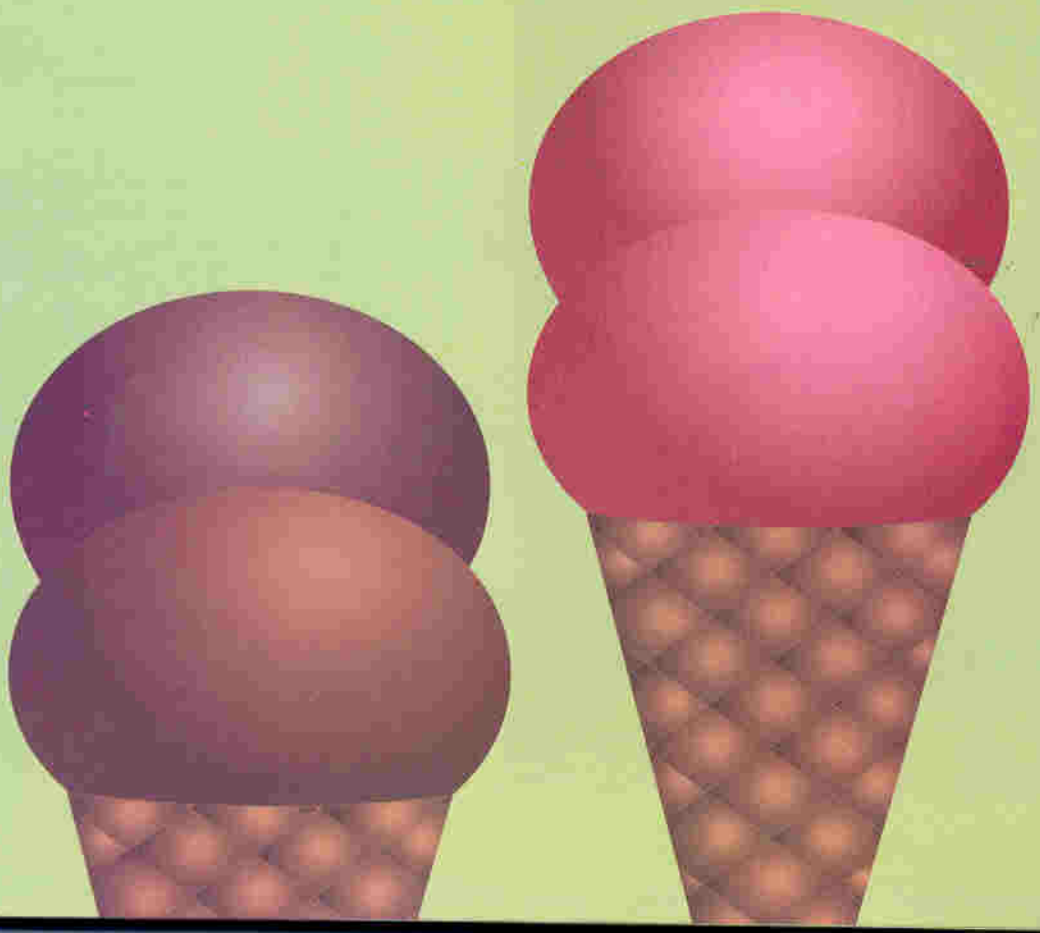
No lo olvide, el 211-15-37 es el nuevo número del consumidor y está a su servicio.

Estudio de calidad de helados

Los helados son uno de los comestibles que invariablemente nos recuerda las etapas gozosas de la infancia, por eso, ¿a quién no le agradan? En esta ocasión llevamos los helados al Laboratorio, en donde los sometimos a diversas pruebas para informar al consumidor acerca de su calidad.

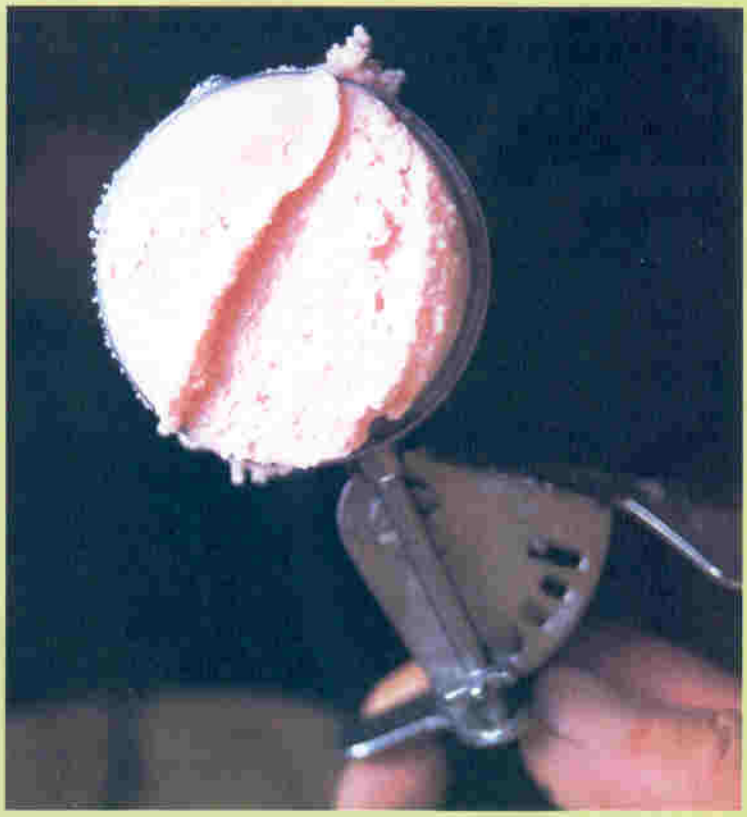
El estudio incluyó 24 muestras de helados envasados que se expenden en tiendas de autoservicio y neverías.

La evaluación se realizó conforme a lo que establece el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de Actividades, Establecimientos, Productos y Servicios (1988) y la Norma Oficial Mexicana NOM-036-SSA1-1993. Bienes y Servicios. Helados de crema de leche o grasa vegetal, sorbetes y bases o mezclas para helados. Especificaciones sanitarias.



Pruebas realizadas

Los análisis consideraron la calidad sanitaria, con el fin de precisar si los helados fueron elaborados con prácticas de higiene adecuadas para evitar la presencia de microorganismos (de acuerdo con las normas respectivas) que pudieran ocasionar daños a la salud; también se determinaron el contenido y tipo de grasa utilizado en su elaboración, las características propias del producto, mismas que fueron determinadas por el contenido de azúcares, proteínas y minerales; por último se verificó que la información al consumidor que aparece en el etiquetado de los helados envasados estuviera completa.



¿Qué resultados se obtuvieron?

Todos los helados envasados cumplieron con el contenido neto declarado en su etiqueta, así como con el tipo de grasa indicado y las características propias del producto.

Además, el 92.59 por ciento cumplió con el contenido de grasa.

En lo que se refiere a la calidad sanitaria, algunas marcas tuvieron ligeras desviaciones en el manejo sanitario del producto, sin presentar microorganismos que dañen a la salud.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

Helado envasado de crema sabor chocolate

Marca	País de origen	Contenido de grasa	Características del producto	Tipo de grasa	Calidad sanitaria	Precio ($) por 100 ml	Calificación global de calidad
Santa Clara	México	☺	☺	de vaca	☺	3.25	**100**
Häagen Dazs	E. U.	☺	☺	de vaca	☺	4.93	**100**
Hygeia	E. U.	☺	☺	de vaca	☺	3.16	**100**
Bing	México	☺	☺	de vaca	🙂	4.00	**90**
Holanda	México	☺	☺	de vaca	🙂	3.60	**90**
Saint Marteen	México	☺	☺	de vaca	🙂	2.66	**90**
Kemps	E. U.	☺	☺	de vaca	🙂	1.98	**90**

Helado envasado de crema con grasa vegetal sabor chocolate

Marca	País de origen	Contenido de grasa	Características del producto	Tipo de grasa	Calidad sanitaria	Precio ($) por 100 ml	Calificación global de calidad
Bambino	México	☺	☺	vegetal/vaca	🙂	1.98	**90**

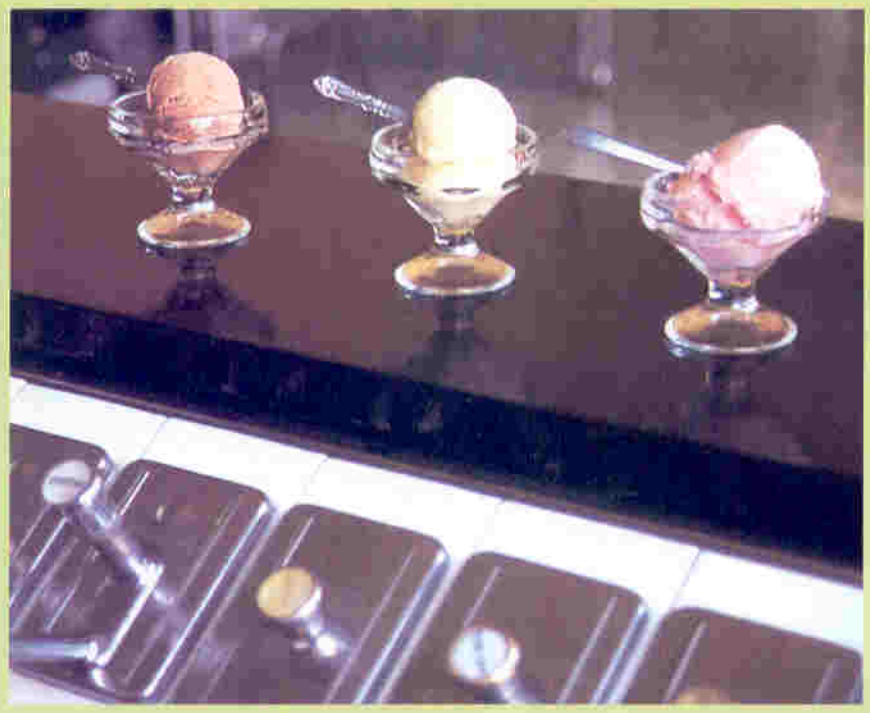
☺ Excelente 🙂 Bueno 😐 Regular ☹ Deficiente

Helado envasado de crema sabor fresa

Marca	País de origen	Contenido de grasa	Características del producto	Tipo de grasa	Calidad sanitaria	Precio por 100 ml	Calificación global de calidad
Holanda	México			de vaca		3.60	**100**
Santa Clara	México			de vaca		3.25	**100**
Häagen Dazs	E. U.			de vaca		4.93	**100**
Bing	México			de vaca		4.00	**90**
Kemps	E. U.			de vaca		1.98	**90**

Helado envasado de crema con grasa vegetal sabor fresa

Marca	País de origen	Contenido de grasa	Características del producto	Tipo de grasa	Calidad sanitaria	Precio ($) por 100 ml	Calificación global de calidad
Bambino	México			vegetal/vaca		2.94	**100**
Hygeia	E. U.			vegetal/vaca		3.16	**90**
Yom-Yom	México			vegetal/vaca		1.80	**80**



Excelente Bueno Regular Deficiente

Helado envasado de crema sabor vainilla

Marca	País de origen	Contenido de grasa	Características del producto	Tipo de grasa	Calidad sanitaria	Precio ($) por 100 ml	Calificación global de calidad
Bing	México	☺	☺	de vaca	☺	4.00	**100**
Holanda	México	☺	☺	de vaca	☺	3.60	**100**
Santa Clara	México	☺	☺	de vaca	☺	3.25	**100**
Hygeia	E. U.	☺	☺	de vaca	☺	3.16	**100**
Häagen Dazs	E. U.	☺	☺	de vaca	☺	4.93	**100**
Kemps	E. U.	☺	☺	de vaca	☺	1.98	**90**

Helado envasado de crema con grasa vegetal sabor vainilla

Marca	País de origen	Contenido de grasa	Características del producto	Tipo de grasa	Calidad sanitaria	Precio ($) por 100 ml	Calificación global de calidad
Bambino	México	☺	☺	vegetal/vaca	☺	2.94	**100**
Yom-Yom	México	☺	☺	vegetal/vaca	☺	1.80	**100**

☺ Excelente ☺ Bueno ☺ Regular ☹ Deficiente

¡Cuidado al elegir cremas cosméticas!

Ser siempre bella, no tener arrugas y lucir un cutis terso y lozano es el sueño de cualquier mujer, sin embargo, en esa irrefrenable búsqueda de la «eterna juventud» muchas veces incurrimos en excesos y utilizamos productos inadecuados que en vez de mejorar la apariencia del rostro, pueden causarle serias lesiones.

Aunque la piel está dotada de diferentes capas que la protegen de los estragos causados por el aire, el sol y la contaminación, ésta constituye una de las partes más sensibles del cuerpo: ¡imagínese el daño que puede ocasionarle el uso de productos nocivos!

Las apariencias engañan

En materia de cremas cosméticas, una espectacular campaña publicitaria o un envase atractivo no siempre son sinónimos de buena calidad; por eso, antes de adquirir cualquier producto de este tipo es necesario indagar cierta información básica sobre la compañía productora, su seriedad y su prestigio en el mercado.

En las oficinas de esta redacción recibimos la visita de tres hermanas, que residen en la ciudad de Toluca, quienes nos relataron su desafortunada experiencia tras haber usado el paquete de cremas de la marca **Dolores Caballero**, que se comercializa mediante el sistema de telemercadeo.

El problema provocado por el uso de estos productos las obligó a consultar a un dermatólogo. Al investigar nuestra reportera sobre la queja que presentaron en las oficinas de PROFECO con otros especialistas en enfermedades de la piel, las opiniones coincidieron señalando que las jóvenes habían desarrollado una «dermatitis acneiforme» al usar cremas que contenían cantidades excesivas de aceites y grasas que sobreestimularon las glándulas sebáceas.

La doctora María Teresa Zambrano, médico adscrito al Centro Dermatológico «Ladislao de la Pascua», advierte: «Cada individuo tiene un tipo de cutis específico, por lo que debe aplicarse productos de acuerdo a sus características personales.

«Si una persona tiene la piel grasa, los masajes que recomienda Dolores Caballero y el uso de sus productos estimulan las glándulas sebáceas y fomentan la producción de grasa, lo que puede causar no solamente acné sino una infección agregada».

Tipos de piel

De ahí la importancia de conocer nuestro tipo de piel; básicamente existen cuatro clases de cutis:

Normal: Se caracteriza por presentar contornos firmes, está bien hidratado y presenta una finísima película de grasa sobre la superficie. Usualmente no brotan barros ni espinillas; las líneas y los poros son casi invisibles.

Seco: Su aspecto es áspero y escamoso, en algunos casos incluso muestra despellejamiento. La piel es menos flexible que en el cutis normal y presenta líneas de expresión y arrugas.

Graso: Es firme y grueso. Los poros están notablemente agrandados y es frecuente la aparición de barros y espinillas.

Mixto: Se distingue por tener partes grasosas (el entrecejo, la zona que bordea la nariz y el centro del mentón) y zonas secas (alrededor de los ojos, mejillas, frente y cuello).

Cremas para todos los gustos

En la adquisición de cremas cosméticas, como en el caso de muchos otros productos o servicios, nos guiamos por las experiencias de conocidos o familiares: si alguno de ellos afirma que determinado producto le da buenos resultados, solemos tener la **idea errónea** de que surtirá el mismo efecto en nosotros.

Pero es justamente en este punto en el que se requiere la asesoría del especialista o del consultor de belleza profesional.

La doctora Zambrano explica: «Hay que **desconfiar de las marcas que venden una sola crema para todos los tipos de cutis**.

«Antes de vender un producto, es importante que el proveedor identifique el tipo de piel del usuario y con base en ello recomiende una crema. Asimismo se deben tomar en cuenta factores como la presencia de problemas hormonales, la ingestión de anticonceptivos o dosis elevadas de vitaminas, o la propensión hereditaria al acné. «Aunque parezca exagerado, estos datos permiten prevenir reacciones cutáneas que desencadenan ingredientes como grasas, colorantes o fragancias.

«Cabe aclarar que cuando una crema cosmética causa inflamación o dermatitis acneiforme es porque se han conjuntado dos factores: los ingredientes utilizados en la elaboración del producto y la sensibilidad de la piel.

«En el Centro Dermatológico hemos recibido muchos casos de personas que han usado cremas de la marca **Jafra,** sin embargo, vale la pena destacar que hay cientos de mujeres que utilizan esas mismas cremas y no presentan ninguna reacción adversa.

«Por eso, antes de hacer un juicio hay que indagar si la persona está utilizando el producto adecuado para su tipo de piel y edad, con qué frecuencia lo aplica, si tiene la precaución de no contaminarlo con los dedos, entre otras cosas.

«El compromiso de los fabricantes debe consistir en no engañar a la gente ni vender productos indiscriminadamente por el solo hecho de obtener ganancias.

«En el caso de las cremas de **Dolores Caballero**, las principales irregularidades son que se omite el listado de ingredientes o está incompleto (se menciona la placenta, pero no se especifica qué contiene su extracto) y no se advierte que algunos componentes pueden causar irritación en la piel, como es el caso del yodo».

¿Cutis bello?... Con toda seguridad

A continuación enlistamos algunas sugerencias que le ayudarán a elegir la crema más adecuada para su cutis:

- Escoja una especial para su tipo de cutis, ya sea normal, seco, graso o mixto.
- Observe que el producto mencione en la etiqueta el modo de empleo y siga rigurosamente estas instrucciones.
- Antes de aplicarla lávese las manos y extraiga la crema del tarro con un hisopo o 'palita' para no contaminarla.
- Tenga cuidado de no aplicar crema en zonas con lesiones, ya que podría producir irritación.
- Mantenga el producto en un lugar fresco y seco. Conserve el envase bien cerrado.
- **No adquiera productos de dudosa procedencia** o en lugares de venta informal -tianguis-, porque podría tratarse de sobrantes de cremas originales o **productos pirata**, cuyos envases han sido rellenados con ingredientes que probablemente causen daños a su piel.
- Prefiera los artículos cuyo etiquetado presente la información suficiente sobre la procedencia y características del artículo, como la marca, la razón social y domicilio del fabricante, la denominación del producto, el número de lote y la lista de ingredientes, para que en caso de inconformidad se pueda presentar la denuncia correspondiente.
- Elija los cosméticos que incluyan la leyenda «Dermatológicamente probado».

Vanessa Prieto

Fuentes: -Centro Dermatológico «Ladislao de la Pascua». -Laboratorio de Pruebas de Calidad, PROFECO.

En nuestro próximo número

¡Váyase de pinta!

Lo invitamos a recorrer con sólo $13.00
las páginas de nuestra siguiente edición de la
Revista del Consumidor
de junio en la que encontrará cuáles son
las mejores marcas de:

Pinturas vinílicas
Aceites comestibles

Asimismo le agradeceremos responder y
enviarnos el ***cuestionario*** que le presentamos
en páginas interiores, el cual nos ayudará
a brindarle un mejor servicio
al conocer su opinión sobre nuestra revista
e identificar sus necesidades de información.

¡Usted es nuestro mejor reportero!

Evite filtraciones de agua: ¡conozca cuál es el mejor impermeabilizante!

Entre los aspectos de mantenimiento fundamentales para nuestra casa destaca el impermeabilizado de techos y muros, cuyo fin es evitar filtraciones de agua que dañen el interior de la vivienda y deterioren a la postre su estructura. Interesados en orientar al consumidor respecto a los tipos de impermeabilizantes, marcas, calidad y precios con los que dichos productos se comercializan en nuestro mercado, así como las técnicas de aplicación más adecuadas, el Laboratorio de PROFECO realizó un amplio estudio cuyas características y resultados queremos compartir con usted.

¿Cómo se diseñó el estudio?

La presente investigación incluyó el análisis de tres clases de impermeabilizantes: acrílicos (se analizaron 12 tipos, correspondientes a ocho marcas); asfálticos (20 tipos con base agua y con base solvente, correspondientes a siete marcas); y prefabricados laminados (18 tipos, correspondientes a siete marcas). En total se pusieron bajo la lupa 47 tipos de impermeabilizantes, a los cuales se les aplicaron 2 mil 795 pruebas para evaluar los siguientes rubros: información al consumidor, acabados, facilidad de aplicación, contenido neto, encharcamiento, absorción de agua, dureza Shore A, materia volátil, impermeabilidad, resistencia a la tensión y elongación, flexibilidad a bajas temperaturas, resistencia al despegado, medición de los cambios dimensionales, intemperismo acelerado y fragilidad a bajas temperaturas.

Impermeabilizantes acrílicos: en las pruebas de «acabado superficial» todas las marcas resultaron «excelentes» y sólo **Imperquimia** y **Sylpyl** calificaron como «bien» en la prueba de «resistencia al agua»; las marcas **Fester**, **Imperquimia** y **Proconsa**, en sus dos presentaciones, evaluaron «excelentes»; **Comex** línea *Top Total Plus* (terracota), **Acriton** y **Pasa** resultaron «bien»; **Comex** *Top Total Plus* (blanco), **Top Total** (terracota y blanco), **Sylpyl** y **Corev** obtuvieron calificación de «regular».

En la prueba de «cambios dimensionales y estructurales por temperatura» todas las marcas salieron «bien», excepto **Comex** *Top Total Plus* (terracota), la cual evaluó «excelente»; por último, en el análisis de «facilidad de aplicación» todas las muestras evaluaron «excelente».

Impermeabilizantes asfálticos con base solvente: en la prueba de «resistencia a los cambios dimensionales y estructurales por temperatura» *Impertop* de **Comex**, *Vaportite 550* de **Fester**, *Bitumex 100* de **Texa** y *Elit Wet* de **Pasa** obtuvieron valor de «excelente».

En lo que se refiere a «resistencia al agua» *Top 2000* de **Comex**, *Vaportite 550* de **Fester**, *Roof Coating* de **Fester** y *Protecto Tecno* de **Pasa** evaluaron «excelente».

Todas las marcas calificaron «bien» en la «facilidad de aplicación».

Impermeabilizantes asfálticos con base de agua: las siguientes marcas obtuvieron la máxima calificación en la prueba de «resistencia a los cambios dimensionales y estructurales por temperatura»: *Emulastic F*, *Emultex 300* y *Emultex ASB* de **Texa**.

En «resistencia al agua» también evaluaron «excelente» *Microseal 2* de **Fester**, *Emulastic F* de **Texa**, e *Impertop A* de **Comex**; todas las marcas obtuvieron «bien» en la prueba de «facilidad de aplicación».

Impermeabilizantes prefabricados laminados SBS: en la prueba de «acabado superficial» todas las marcas obtuvieron «excelente».

En «resistencia al agua», las mejores puntuaciones correspondieron a *Top Roll* de **Comex** 3.0 y 4.0, *PA-30* de **Al-Koat** y *Uniplas* de **Imperquimia**; *PG-40* de **Al-Koat**, *Morter-Plas* de **Texa** 4.5 granular y arenado calificaron «bien».

En la prueba de «resistencia a los cambios dimensionales y estructurales por temperatura» obtuvieron «excelente» *Top Roll* 3.0 de **Comex**, *Uniplas* de **Imperquimia** y *Morter-Plas* granular de **Texa**. En lo que respecta a «facilidad de aplicación» todas resultaron «regulares».

Impermeabilizantes prefabricados laminados APP: las siguientes marcas obtuvieron el valor de «bien» en la prueba de «resistencia a los cambios dimensionales y estructurales por temperatura»: *Mip S-3*, *Mip S-4* y *Mip granular* de **Fester**, *Top Roll* de **Comex**, *Morter-Plas* de **Texa**, *Cover Ply* de **Pasa**, *Uniplas* de **Imperquimia** y *Poligranular* de **Dibiten**.

En la prueba de «resistencia al agua» las marcas *Mip S-3* de **Fester**, *Poly 4* liso de **Dibiten**, *Cover Ply* de **Pasa** y *Uniplas* de **Imperquimia** obtuvieron «excelente». Todas calificaron «regular» en «facilidad de aplicación».

Los detalles con los resultados parciales y las evaluaciones globales de calidad obtenidos por cada uno de los impermeabilizantes sometidos a estudio se muestran en las siguientes tablas.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

Cómo aplicar un impermeabilizante

Es conveniente revisar periódicamente las superficies -techos o muros- de su casa que sean susceptibles de presentar filtraciones de agua; lo mejor es hacerlo antes de la temporada de lluvias, a fin de contar con el tiempo y las condiciones climáticas adecuadas para realizar los trabajos necesarios.

Para obtener óptimos resultados, sea cual sea el sistema de impermeabilización que emplee, a continuación enlistamos los puntos básicos para realizar un buen trabajo.

Preparación de la superficie

-Antes que nada es necesario identificar y reparar los daños de albañilería que existan.

-Enseguida se «rasura» con una pala la superficie a tratar.

-Por último se levanta la superficie impermeabilizada dañada, ya sea que se trate de una parte o de la totalidad del área.

Renivelación

-En caso de que la superficie del techo de su vivienda requiera una renivelación total, se deberán dejar pendientes con un mínimo del 3 por ciento, es decir, 3 cm de desnivel por cada metro de distancia en la bajada.

-Cuando la renivelación sea sólo parcial, es aconsejable preparar un mortero asfáltico con cinco volúmenes de arena y uno de impermeabilizante asfáltico emulsionado.

Refuerzos en puntos críticos de losas de concreto

-Las partes más críticas suelen ser fisuras y grietas; bajadas de agua pluvial; «chaflanes» -bordes acanalados-; pretiles; brocales de domos; tragaluces; bases de tinacos y de tuberías; tubos ventiladores; chimeneas y jaulas para el tendido de ropa, entre otros.

-Para reforzar estos puntos es recomendable colocar dos piezas sobrepuestas de membrana de refuerzo adheridas entre sí y encima el impermeabilizante elegido.

En muros

-Antes de aplicar un impermeabilizante -cualquiera que sea su tipo- sobre muros aplanados será necesario esperar al menos 30 días después de que se aplanó el muro para que la humedad y la alcalinidad del muro disminuyan.

-En el caso de los muros construidos total o parcialmente bajo el nivel del suelo, la cara de la pared que se halla en contacto con el terreno es la que deberá impermeabilizarse.

-Las grietas se abren en forma de «V» y se limpian para luego rellenarlas con mortero resanador.

-Para erradicar hongos y musgo, la superficie deberá limpiarse y desinfectarse con una solución de sulfato de cobre o cloro comercial diluido en agua limpia.

Existen diferentes tipos de impermeabilizantes, los cuales se pueden dividir en:

Acrílicos. Su aplicación general es de tipo casero debido a su facilidad, ya que sólo es necesario lo siguiente: limpieza de la losa, aplicación de un sellador y dos capas de impermeabilizante en ambos sentidos de la losa.

Sistemas asfálticos. Estos productos se pueden utilizar en impermeabilizaciones caseras e industriales; su aplicación es compleja, pues requiere de los siguientes pasos: limpieza de la losa, aplicación de un sellador o primario, primera aplicación del impermeabilizante, colocación de membrana de refuerzo, segunda aplicación del impermeabilizante y por último una pintura reflectiva. Existen productos de base solvente y de base agua.

Láminas prefabricadas. Se emplean generalmente para impermeabilizaciones de uso industrial; su aplicación requiere de equipo y mano de obra especializada, por lo cual se destinan solamente a determinadas construcciones.

En losas de concreto

-Se debe limpiar perfectamente toda la superficie para eliminar costras sueltas, grasas o polvo que impidan el anclaje o adherencia correcta del material impermeable.

-Las superficies de concreto o mortero deben estar lisas para incrementar el rendimiento de los productos y garantizar la función de los distintos sistemas impermeables.

Bajadas pluviales (coladeras)

-Los techos y azoteas deben tener la pendiente necesaria para desalojar el agua de lluvia hacia las bajadas, las cuales están hechas de tubo PVC de 4" de diámetro por cada 100 ó 150 m2 de superficie de la azotea.

«Chaflanes»

-Será necesario que se redondeen las esquinas de todos los ángulos rectos de la construcción que estén expuestos al agua pluvial, a fin de evitar la filtración por los cambios de plano o juntas de la construcción.

En el caso de impermeabilizantes prefabricados

-Cuando se trate de azoteas con acabados de pintura reflectiva, teja, ladrillos firmes, carpetas, etcétera, la colocación del primer rollo siempre deberá comenzar en la parte baja de la superficie a impermeabilizar, continuando con los siguientes hacia arriba en sentido perpendicular a la pendiente. Los rollos subsecuentes se colocarán previa alineación al primero, de manera tal que queden traslapados 10 cm, en forma paralela y a favor de la pendiente, siguiendo para ello el principio de la teja.

-Los rollos deberán adherirse perfectamente a la superficie mediante calor, empleando un soplete de gas butano o propano.

-La adhesión a fuego se hará conforme se desenrolla el manto: se dirige la flama a la cara inferior, fundiendo el polietileno y el asfalto para que se peguen bien a la losa.

-Los rollos sucesivos se colocarán de la misma forma que el primero, traslapándose 10 cm; dichos traslapes se irán vulcanizando simultáneamente conforme se adhieren los rollos.

-Es recomendable aplicar estos productos en condiciones ambientales favorables; la lluvia y el exceso de humedad interfieren con una buena adherencia.

-La superficie debe estar lisa; las grietas o depresiones existentes deben resanarse y estar limpias.

-Se deben redondear las esquinas de la superficie a impermeabilizar para evitar ángulos de 90°.

-Se sugiere aplicar un primario asfáltico antes de acomodar la membrana.

-Estos productos son ideales para losas con tráfico pesado, puentes, cimentaciones, techos metálicos o de teja, estacionamientos subterráneos, cisternas, techos con pendientes, terrazas y jardines aéreos.

Tipos de impermeabilizantes

Asfálticos

Los impermeabilizantes asfálticos, que son emulsionados y rebajados, se aplican en frío, son los que se utilizan con mayor frecuencia en losas de concreto armado con pendiente propia y en climas cálidos y templados. Los sistemas con aplicación en caliente (oxidados) ya casi no se emplean debido a su laboriosa aplicación, riesgo y restricciones ambientales.

Acrílicos

Están elaborados con resinas sintéticas y pigmentos seleccionados; se distinguen por ser de alta resistencia al intemperismo y de fácil aplicación. Se pueden utilizar en todo tipo de losa con pendiente apropiada o muros verticales. Este impermeabilizante tiene un costo más elevado en comparación con los sistemas asfálticos, sin embargo su duración es mayor. Para su colocación no se requiere mano de obra especializada.

Prefabricados

Estos sistemas fueron desarrollados para garantizar resistencia y rapidez en la colocación. Son membranas impermeables prefabricadas en distintos espesores y texturas.

Azoteas

PROBLEMA	SOLUCIÓN
Sistema impermeable abolsado o mal adherido	En superficies con impermeabilizaciones deterioradas por los efectos del intemperismo o mal adheridas, será necesario retirar la capa impermeable en mal estado antes de realizar los trabajos de limpieza previos a la nueva impermeabilización. Las secciones mal adheridas, desprendidas, abolsadas, perforadas, rotas, etcétera, deben ser eliminadas totalmente, renivelando la superficie descubierta.
Sistema impermeable deteriorado (pero bien adherido)	Limpie perfectamente la superficie para eliminar partículas sueltas, residuos de aceite, grasa o polvo que impidan un buen anclaje o adherencia correcta del material. Algunos sistemas colocados anteriormente pueden ser utilizados como base para el nuevo, utilizando un primario para regenerar el asfalto viejo, siempre y cuando estén en buen estado (excepto asfaltos en caliente).
Fisuras y grietas	Las grietas y fisuras se deben sellar bien, para ello se recomienda ampliar la grieta, a fin de aplicar con mayor penetración el sellador.
Encharcamientos y oquedades	La superficie por impermeabilizar debe tener el nivel y pendiente adecuados para evitar el encharcamiento y con esto el deterioro prematuro del sistema impermeable.
Tránsito ligero en la azotea	Para aquellas superficies con sistemas impermeables que requieran soportar tráfico ligero, se recomienda esparcir arena (arena sílica) sobre la última capa impermeable aún fresca y después retirar el material suelto con una escoba o cepillo. Una vez seco, o después de seis días, aplique la pintura de acabado reflectiva.
Punto crítico	Las fallas en una impermeabilización provienen de errores o descuidos en los trabajos preliminares y del mal tratamiento de puntos críticos. Para garantizar la eficiencia de una impermeabilización se deben seguir estas indicaciones: *Pendientes y bajadas de agua* * La pendiente mínima en una azotea debe ser del 3 por ciento (3 cm de desnivel por cada metro lineal) para evitar encharcamientos, así como un tubo de bajada de 4 pulgadas de diámetro por cada 100 ó 150 m^2 de superficie. *Chaflanes* * Es necesario que se coloquen chaflanes en todos los ángulos rectos de la construcción para evitar la posible filtración en los cambios de planos o juntas de construcción. Los chaflanes deben medir como mínimo 10 cm de base por 10 cm de altura aproximadamente. *Instalaciones o elementos que atraviesen la losa* * Las instalaciones hidráulicas, eléctricas, de gas, aire acondicionado, telefónicas y de comunicaciones, deben estar perfectamente terminadas y achaflanadas. *Domos y tragaluces* * Deben ser elevados 20 cm sobre el nivel de la superficie para rematar la impermeabilización en la base vertical del soporte del domo o tragaluz. *Remate* * En las losas horizontales con relleno para dar pendiente, se debe continuar el impermeabilizante 40 cm con el fin de rematar la parte vertical.

Muros

PROBLEMA	SOLUCIÓN
Salitre	El problema del salitre se origina cuando hay agua o humedad que penetra en los materiales una vez que la obra ha terminado. Para obstaculizar la propagación del salitre, la superficie debe limpiarse e impermeabilizarse con productos especiales integrales o cementosos, para lo cual es necesario retirar el aplanado deteriorado hasta descubrir totalmente el muro. El recubrimiento se aplica con un cepillo de cerdas duras (dos capas). Los aplanados de yeso se deberán aplicar cinco días después, no así los aplanados de mortero que podrán reponerse de 12 a 24 horas después, una vez concluido el tratamiento impermeabilizante.
Muros con humedad constante	Para aquellas superficies que se encuentran bajo tierra o en constante contacto con la humedad, como jardineras, sótanos, muros de contención, muros bajo tierra, etcétera, se deben impermeabilizar en la parte que está en contacto con la tierra, empleando impermeabilizante asfáltico con base solvente.
Taponeo de filtraciones	En caso de existir entradas francas de agua, tapónelas con sellador para detener filtraciones de agua en muros de concreto, tabique, mampostería, cisternas, etcétera.
Grietas y cuarteaduras	Las grietas deben abrirse en forma de "V" y eliminar cualquier material suelto, enseguida aplique con brocha algún mortero resanador. En el caso de resanes y cavidades de mayor profundidad vacíe el mortero en varias capas, permitiendo el fraguado entre una y otra.
Costras de cemento, yeso o restos de pintura en mal estado	Eliminar con herramientas (cincel, espátula, cepillo de alambre, lija, etcétera).
Hongos, lama y musgo	Para erradicar los hongos y el musgo, así como evitar su propagación, la superficie debe limpiarse con una solución fungicida elaborada con un litro de blanqueador de cloro diluido en cuatro litros de agua. El área afectada debe tallarse con cepillo y posteriormente enjuagarse con agua limpia. Deje secar y a la brevedad posible deberá aplicarse sellador para evitar que se contamine de nuevo.
Grasa, aceite y mugre	Limpiar con agua y detergente. Si las manchas persisten, utilice *thinner*. Para pisos manchados de aceite o grasa emplee detergente limpiador de pisos, el cual desprenderá el aceite de la superficie; posteriormente lavar con agua.
Alcalinidad de los materiales de construcción	Trate la superficie con una solución de tres partes de agua por una de ácido muriático, restregando con un cepillo de raíz, deje actuar por 15 minutos; posteriormente enjuague con agua limpia y deje secar por 24 horas.
Humedad	Elimine la fuente de humedad; deje secar la superficie y después aplique el tratamiento con ácido muriático. Finalmente selle la superficie con sellador elaborado a base de resina de hule clorado de alta resistencia a los álcalis y la humedad.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

Impermeabilizantes asfálticos (base solvente)

Marca	Tipo	Acabado superficial	Resistencia al agua	Resist. a los cambios dimens. y estructurales por temperatura	Facilidad de aplicación	Precio por cubeta de 19 lts.	Ev. global de calidad
Comex Top 2000	Impertop					239.00	**99**
Fester	Vaportite 550					229.00	**99**
Fester	Roof Coating					280.35	**91**
Pasa	Protecto Techo					195.50	**89**
Texa	Bitumex 100					167.90	**89**
Pasa	Elit Wet					253.00	**84**
Imperquimia	Vaporquim					241.50	**81**
Sika	Igol Techo					305.25	**80**
Proconsa	Vapor Flex					181.70	**77**

Nota: Todos los productos son de origen nacional y presentan completa la información al consumidor. Los precios fueron investigados el día 14 de marzo de 1997.

Excelente Bueno Regular Deficiente

Impermeabilizantes asfálticos (base agua)

Marca	Tipo	Acabado superficial	Resistencia al agua	Resist. a los cambios dimens. y estructurales por temperatura	Facilidad de aplicación	Precio por cubeta de 19 lts.	Ev. global de calidad
Fester	Microseal 2					174.80	**95**
Texa	Emulastic F					150.65	**95**
Comex Top 2000	Impertop A					126.00	**95**
Texa	Emultex ASB					138.00	**94**
Texa	Emultex 300					121.90	**94**
Fester	Microfest					157.55	**89**
Proconsa	Bitucon					127.65	**87**
Proconsa	Imperaga					85.95	**87**
Proconsa	Bituflex					137.20	**85**
Imperquimia	Fibracoat					138.00	**80**
Pasa	Protecto Lastic					136.85	**79**

Nota: Todos los productos son de origen nacional y presentan completa la información al consumidor. Los precios fueron investigados el día 14 de marzo de 1997.

Impermeabilizantes acrílicos

Marca	Tipo	Color	Acabado superficial	Resistencia al agua	Resist. a los cambios dimens. y estructurales por temperatura	Facilidad de aplicación	Precio por cubeta de 19 lts.	Ev. global de calidad
Comex Top 2000	Top Total Plus	Terracota					486.00	**96**
Fester	Superflex	Terracota					607.20	**94**
Proconsa	Imperlastic	Terracota					532.45	**94**
Acritón	Acritón	Terracota					422.53	**92**
Pasa	Protecto Cril Flex	Terracota					506.00	**91**
Proconsa	Imperlastic	Blanco					614.10	**91**
Comex Top 2000	Top Total Plus	Blanco					536.00	**90**
Imperquimia	Impercryl	Blanco					667.00	**89**
Comex Top 2000	Top Total	Terracota					390.00	**89**
Comex Top 2000	Top Total	Blanco					390.00	**89**
Sylpyl	Imperfasyl	Terracota					653.84	**88**
Corev	Impercorev "A"	Terracota					552.00	**83**

Nota: Todos los productos son de origen nacional y presentan completa la información al consumidor a excepción de la marca **Corev** en su presentación *Impercorev A*. Los precios fueron investigados el día 14 de marzo de 1997.

Impermeabilizantes prefabricados laminados SBS (poliéster)

Marca	Modelo	Tipo	Acabado superficial	Resistencia al agua	Resist. a los cambios dimens. y estructurales por temperatura	Facilidad de aplicación (*)	Precio por rollo de 10 m²	Ev. global de calidad
Comex Top 2000	Top Roll	Espesor 3.0 mm. Liso					465.00	**100**
Al-Koat	PA-30	Espesor 3.0 mm. Liso					477.94	**94**
Comex Top 2000	Top Roll	Espesor 4.0 mm. Granular					539.70	**94**
Al-Koat	PG-40	Espesor 4.0 mm. Granular					574.31	**91**
Imperquimia	Uniplas	Espesor 4.5 mm. Granular					563.50	**99**
Texa	Morter Plas	Espesor 4.5 mm. Granular					622.15	**95**
Texa	Morter Plas	Espesor 4.5 mm. Arenado					527.68	**93**

(*) La aplicación de estos productos es complicada, por lo cual se recomienda que dicha labor la realice personal especializado.

Nota: Todos los productos son de origen nacional y presentan completa la información al consumidor. Los precios fueron investigados el día 14 de marzo de 1997.

Impermeabilizantes prefabricados laminados APP

Marca	Modelo	Tipo	Acabado superficial	Resistencia al agua	Resist. a los cambios dimens. y estructurales por temperatura	Facilidad de aplicación (*)	Precio por rollo de 10 m^2	Ev. global de calidad
Fester	MIP S-3	Espesor 3.0mm. liso					477.25	**93**
Comex Top 2000	Top Roll	Espesor 3.0mm. liso					475.00	**88**
Dibiten	Poly 4 Liso	Espesor 4.0 mm. liso					189.70	**92**
Fester	MIP-S4	Espesor 4.0 mm. liso					549.70	**92**
Pasa	Cover Ply	Espesor 4.0 mm. liso					549.70	**91**
Texa	Morter-Plas	Espesor 4.0 mm. granular					499.10	**90**
Pasa	Cover Ply	Espesor 4.5mm. granular					587.65	**95**
Imperquimia	Uni Plas	Espesor 4.5mm. granular					437.00	**94**
Fester	Mip Granular	Espesor 4.5mm. granular					641.70	**93**
Dibiten	Poly 4.5 Granular	Espesor 4.5 mm. granular					532.45	**91**
Texa	Morter Plas	Espesor 4.5 mm. granular					560.85	**91**

(*) La aplicación de estos productos es complicada, por lo cual se recomienda que dicha labor la realice personal especializado.

Excelente Bueno Regular Deficiente

Premio Nacional de Calidad

Esfuerzo que nos beneficia

Calidad total y excelencia son dos conceptos que orientan el crecimiento de las empresas mexicanas proveedoras de bienes y prestadoras de servicios, y aquellas que alcanzan estas metas se hacen acreedoras a un importante reconocimiento: el Premio Nacional de Calidad (PNC).

Dicho galardón se sustenta en un fideicomiso privado, dependiente de un comité técnico conformado por representantes de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi) y la Fundación Mexicana para la Calidad Total, A. C.

Si usted, amigo consumidor, desea saber por qué las empresas se empeñan en obtener el premio y de qué forma esto beneficia a la población consumidora, lo invitamos a leer este reportaje.

Beneficios tangibles

La licenciada María Luisa Lepine, directora de Promoción del PNC, explica a la **Revista del Consumidor** que uno de los principales objetivos de esta distinción es estimular el establecimiento de procesos integrales de calidad en México para diseñar y producir artículos y servicios que satisfagan las expectativas expresadas por los clientes, a fin de lograr una mayor penetración en el mercado.

Las empresas recuperarán y mantendrán la confianza de sus clientes al resolver con eficiencia sus inquietudes o reclamaciones; de igual forma optimizarán costos al eliminar características no necesarias de productos y servicios y al disminuir el nivel de quejas y emprender acciones para combatir las causas que las provocan.

«Se han presentado varios casos -indica María Luisa Lepine- en los que empresas ganadoras han obtenido contratos muy importantes, sus ventas se han fortalecido porque también ganan en credibilidad y potenciabilidad. Además, uno de los retos más importantes es mantener el nivel de calidad alcanzado».

Innovaciones al PNC

Para que el modelo de calidad del PNC no se rezagara y resultara obsoleto -el modelo original se creó en 1989-, el doctor Juran, calidólogo reconocido mundialmente, recomendó a los creadores del PNC de México que se hiciera una revisión cada tres años; gracias a ello, la versión 1996-1999 incluyó las siguientes modificaciones:

- De los ocho criterios que rigen el modelo del PNC, se aumentaron 200 puntos a la calificación del criterio número 1: «Dar un valor superior a los clientes», y 300 puntos al número 8 «Resultados: valor creado».
- Asimismo, en 1996 se creó una categoría adicional a las nueve que ya existían (empresas industriales grandes, medianas y pequeñas; empresas de servicios grandes, medianas y pequeñas; y empresas comerciales grandes, medianas y pequeñas); la de gobierno, con la finalidad de propiciar que el sector público participe más activamente en el establecimiento de sistemas de calidad.

Con vistas al futuro

No basta con lo que se ha alcanzado hasta el momento con el PNC. Por ello, el 21 de noviembre de 1995, el Presidente de la República anunció la creación del Programa Nacional de Calidad; en el cual Secofi coordinó la participación de los sectores público y privado para su elaboración.

En este contexto, María Luisa Lepine apunta que «con el Programa Nacional de Calidad se pretende que a principios del siglo XXI México cuente con un sector productivo y competitivo, que le permita consolidar el mercado nacional y participar en el internacional, gracias al establecimiento de valores de calidad que conformen una cultura de competitividad en nuestra sociedad».

Una historia de calidad

En 1989, un grupo de calidólogos mexicanos, profundamente interesados en la aplicación del concepto empresarial de «calidad total» que estaba revolucionando al mundo, sobre todo en Japón y Estados Unidos, deciden crear en nuestro país un modelo de calidad, tomando como base los premios de calidad Deming (de Japón) y Malcom Baldridge (de Estados Unidos).

El objetivo principal se centró en el diseño y establecimiento de un modelo de premio a la calidad que correspondiera a la realidad económica, social y cultural del país.

Así, en 1989 se instituyó en México el Premio Nacional de Calidad con base en ocho criterios:

Criterio	Versión 1993 (puntos)	Versión 1996 (puntos)
1. Calidad centrada en brindar valor superior a los clientes	200	200
2. Liderazgo	150	110
3. Desarrollo del personal con enfoque de calidad	150	120
4. Administración de la información	60	60
5. Planeación estratégica	70	60
6. Administración y mejora de procesos	120	100
7. Impacto en la sociedad	50	50
8. Resultados: valor creado	200	300

El criterio uno y ocho suman en total 500 puntos, con lo que se busca otorgar un mayor peso al consumidor y a los resultados obtenidos por la organización al haber implantado sistemas de calidad total.

Es preciso mencionar que México fue el tercer país en el mundo que instauró un modelo para premiar la calidad de sus empresas.

Dichos valores son:

- *Calidad centrada en crear valor para los clientes y para el personal.*
- *Crear valor financiero para la organización.*
- *Liderazgo comprometido, visionario, receptivo y congruente.*
- *Mejora continua, es decir, la calidad como proceso, no como producto.*
- *Participación inteligente e informada de todo el personal.*
- *Respuesta rápida a las necesidades cambiantes de los clientes o usuarios.*
- *Calidad por diseño y prevención.*
- *Visión a largo plazo.*
- *Administración por hechos y datos.*
- *Desarrollo de alianzas con los proveedores.*
- *Calidad con responsabilidad social.*

«Todos los mexicanos -concluye nuestra entrevistada- somos responsables de poner en práctica este Programa Nacional de Calidad como una de las grandes tareas nacionales que en beneficio de todos debemos conducir al éxito».

Graciela Muñoz

Fuentes: -Secofi. -Calidad Total: publicación de la Fundación Mexicana para la Calidad Total, número 2, México, 1996.

Empresas ganadoras del PNC de 1990 a 1996

1990	
Industrial pequeña:	-Alambres Profesionales, S.A. de C.V.
Industrial grande:	-Hylsa, S.A. de C.V.
	-Xerox de México, S.A. de C.V.
Servicios grande:	-American Express Co., S.A. de C.V.
1991	
Industrial grande:	-Planta Motores y Fundición General Motors de México, S.A. de C.V.
	-Unidad Crysel (Grupo Cydsa)
1992	
Industrial grande:	-Planta Manufacturera IBM de México, S.A. de C.V.
	-Complejo Automotriz Ramos Arizpe General Motors de México, S.A. de C.V.
1993	
Industrial mediana:	-Pinturas Osel, S.A. de C.V.
Industrial grande:	-Altec Electrónica de Chihuahua
	-Surgikos, S.A. de C.V.
1994	
Industrial grande:	-Engranes Cónicos, S.A. de C.V.
	-Cementos del Yaqui, S.A. de C.V.
Servicios mediana:	-Automovilistica Andrade, S.A. de C.V.
Servicios grande:	-The Ritz-Carlton, Cancún
1995	
Industrial mediana:	-Fabricaciones y Representaciones Industriales, S.A. de C.V.
Industrial grande:	-Vitro Fibras, S.A.
	-Velcon, S.A. de C.V.
1996	
Industrial grande:	-Industrias Negromex, S.A. de C.V.
	-Policyd, S.A. de C.V.

Fuente: Fideicomiso del Premio Nacional de Calidad.

¡El consumidor quiere mejorar su revista!

Porque usted es nuestro mejor reportero, nos interesa saber qué opina sobre la información que mensualmente elaboramos y qué temas le gustaría que incluyéramos en las siguientes ediciones. ¡Participe con nosotros para mejorar ésta su **Revista del Consumidor**!
De antemano agradecemos su colaboración y tomaremos en cuenta sus comentarios y sugerencias.

1. ¿Desde hace cuánto tiempo lee la Revista del Consumidor?
   - ( ) Menos de un año
   - ( ) 1 a 3 años
   - ( ) 3 a 5 años
   - ( ) Más de 5 años

2. ¿Cuántas Revistas del Consumidor acostumbra leer al año?
   - ( ) Todas (12 revistas)
   - ( ) La mayoría (7 a 11 revistas)
   - ( ) Algunas (2 a 6 revistas)

3. De la Revista del Consumidor usted lee...
   - ( ) Todo
   - ( ) Sólo una parte
   - ( ) Únicamente la hojea

4. Además de usted, ¿cuántas personas leen la revista?
   - ( ) Una
   - ( ) Dos
   - ( ) Tres
   - ( ) Cuatro
   - ( ) Cinco o más

5. ¿Quiénes?
   - ( ) Adultos
   - ( ) Ancianos
   - ( ) Niños

6. Si usted es suscriptor de nuestra revista, ¿le llega a tiempo la publicación?
   - ( ) Sí (pase a la pregunta 7)
   - ( ) No (pase al recuadro)

   Por favor anote sus datos de suscripción para ponernos en contacto con usted.
   Nombre: _____
   Dirección: _____
   Teléfono: _____ Num. de suscripción: _____

7. Sea usted suscriptor o no, ¿piensa seguirla comprando?
   - ( ) Sí
   - ( ) No

   ¿Por qué? _____

8. En su opinión, el tamaño de los artículos es:
   - ( ) Muy breve
   - ( ) Adecuado
   - ( ) Extenso

9. El lenguaje de los artículos es:
   - ( ) Rebuscado
   - ( ) Técnico
   - ( ) Claro
   - ( ) Aburrido

10. ¿Existe algo que le desagrade de la revista?
    - ( ) Sí
    - ( ) No

    ¿Qué es? _____

11. ¿Cómo considera el precio de la revista?
    - ( ) Alto
    - ( ) Justo/Adecuado
    - ( ) Bajo

12. Del 1 al 10 califique cada uno de los siguientes aspectos de la revista (siendo el 10 equivalente a «excelente»). En caso de que la calificación sea menor a 7 por favor explique por qué:

Portada ( ) ¿por qué? _____

Papel ( ) ¿por qué? _____

Tipo de impresión ( ) ¿por qué? _____

Presentación de textos ( ) ¿por qué? _____

Gráficas ( ) ¿por qué? _____

Fotografías ( ) ¿por qué? _____

Caricaturas ( ) ¿por qué? _____

Veracidad de la información ( ) ¿por qué? _____

Utilidad de la información ( ) ¿por qué? _____

13. Las tablas en las que se presentan los resultados de los estudios de calidad son:
    - ( ) Claras
    - ( ) Difíciles de leer
    - ( ) Inútiles
    - ( ) Prácticas
    - ( ) Otros

14. Particularmente en el caso de los estudios de calidad, ¿qué recomendaciones nos daría para mejorar?

15. ¿Qué productos le gustaría que analizáramos en nuestro laboratorio?

16. ¿Qué secciones de la Revista del Consumidor le gustan y/o disgustan?

TEMÁTICA	GUSTA	DISGUSTA
Quién es quién en los precios ¿por qué?	○	○
La lista negra de las empresas ¿por qué?	○	○
Orientación derechos del consumidor ¿por qué?	○	○
Estudios de calidad de productos y servicios ¿por qué?	○	○
Aspectos de nutrición y alimentación ¿por qué?	○	○
Orientación sobre salud ¿por qué?	○	○
Aspectos de ecología ¿por qué?	○	○
Cómo comprar y contratar ¿por qué?	○	○
Hábitos de consumo ¿por qué?	○	○
Los pequeños consumidores ¿por qué?	○	○
Publicidad ¿por qué?	○	○
Servicios de PROFECO ¿por qué?	○	○
Buzón del Consumidor ¿por qué?	○	○
Medios de comunicación ¿por qué?	○	○
Consumidor en el mundo ¿por qué?	○	○
Ciencia y consumo ¿por qué?	○	○
Productos peligrosos ¿por qué?	○	○

17. ¿Qué temas le interesaría que trataramos en la Revista del Consumidor?

18. ¿Qué sugerencias generales tiene para mejorar la Revista del Consumidor?

19. ¿Usted recomendaría la Revista del Consumidor?
○ Sí ¿A quién?
Nombre:

Teléfono:
Dirección:

○ No ¿Por qué?

DATOS GENERALES:

A) Tiene suscripción de la revista
○ Sí ○ No
Si no tiene, ¿dónde la compró?

B) Sexo ○ Femenino ○ Masculino

C) Edad ○ 18 - 25 años ○ 26 - 35 años ○ 36 - 45 años ○ 46 - 55 años ○ Mayor de 56 años

D) Estado civil ○ Soltero (a) ○ Casado (a) ○ Viudo (a) ○ Divorciado (a) ○ Otro

E) Ocupación ○ Estudiante ○ Profesionista ○ Ama de casa ○ Obrero ○ Empleado ○ Desempleado ○ Comerciante ○ Otro:

F) Escolaridad ○ Primaria ○ Secundaria ○ Bachillerato ○ Licenciatura ○ Maestría ○ Otro:

G) Ingreso mensual familiar
○ Menos de $ 793.50 ○ De $ 793.5 a $ 1,578.0
○ De $ 1,578.0 a $ 3,174.0 ○ De $ 3,174.0 a $ 5,554.5
○ De $ 5,554.5 a $ 7,141.5 ○ De $ 7,141.5 a $ 10,315.5
○ De $ 10,315.5 a $ 18,250.5 ○ Más de $ 18,250.5

Ahorre energía con el «horario de verano»

A partir del domingo 6 de abril de 1997 dio inicio el «horario de verano», el cual se prolongará hasta las 2:00 hs del 26 de octubre de este año. Con esta medida se busca que los mexicanos aprovechemos al máximo la luz solar al adelantar una hora nuestros relojes, lo cual se traduce en un importante ahorro de energía eléctrica, entre otros muchos beneficios.

Números a favor

Por segundo año consecutivo nuestro país aplicará en todo su territorio el «horario de verano», debido a los resultados satisfactorios obtenidos en 1996, cuando la reducción en la demanda máxima de energía eléctrica fue de 529 MW.

Esta reducción supera la estimación original y es equivalente en tamaño a casi una unidad de la planta nucleoeléctrica de «Laguna Verde», en Veracruz. Con ello el país reduce en aproximadamente 4 mil 100 millones de pesos los requerimientos de inversión en nuevas instalaciones de energía eléctrica.

Otros beneficios

La aplicación del «horario de verano» no solamente permite una reducción directa del consumo de energía eléctrica, sino que también trae consigo otros beneficios colaterales:

Reducción relativa del consumo de combustibles para la generación de energía eléctrica

El consumo nacional de energía eléctrica muestra un crecimiento promedio en los últimos cinco años del orden del 42 por ciento anual. Sin embargo, con la aplicación del «horario de verano» se observó una reducción relativa en la tasa de crecimiento del consumo de derivados del petróleo en las plantas termoeléctricas. A partir de la reducción en el consumo, y tomando en cuenta las pérdidas en transmisión y distribución, así como los usos propios, la generación de energía eléctrica evitada fue de 1,112 Gwh, la cual equivale a no consumir 1.71 millones de barriles de petróleo.

Reducción de la contaminación en las zonas de generación de energía eléctrica que utilizan derivados del petróleo

Al dejar de consumir en energéticos primarios el equivalente a 1.71 millones de barriles de petróleo, se redujo la emisión de contaminantes de la siguiente manera:

Bióxido de Azufre: 28,373 ton.
Óxido de Nitrógeno: 5,718 ton.
Partículas: 10,223 ton.
Monóxido de Carbono: 346 ton.
Bióxido de Carbono: 1,587,351 ton.
Hidrocarburos: 60 ton.

Ventajas de las relaciones horarias constantes con otros países

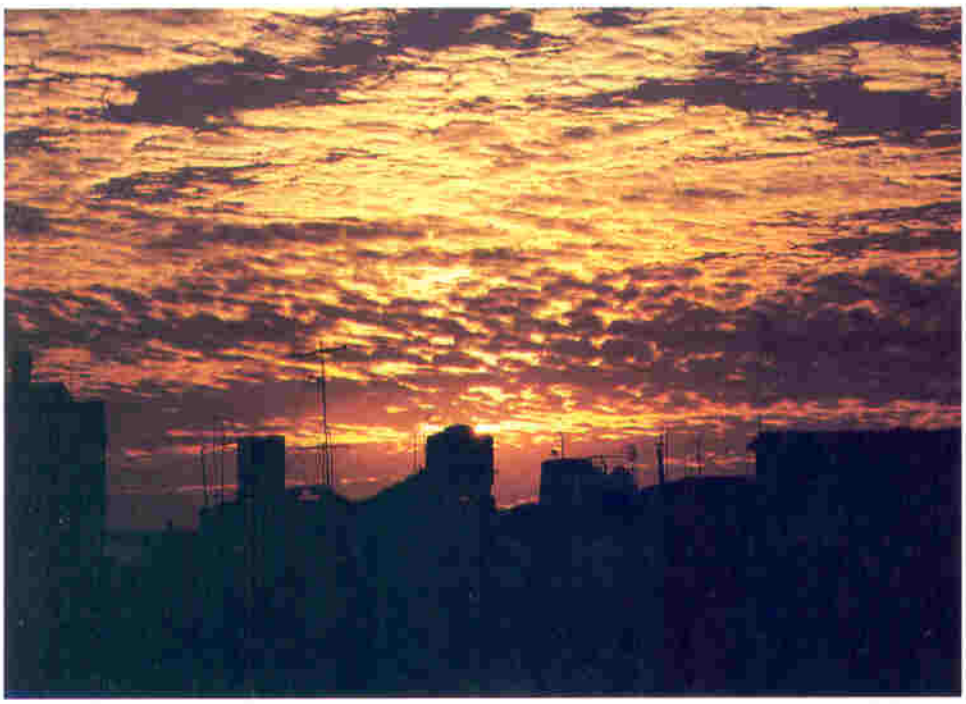
Los organismos gubernamentales, las empresas íntimamente ligadas con el exterior por el tipo de servicios que prestan (como las del sector de comunicaciones y transportes), las trasnacionales y los exportadores e importadores, han ponderado los múltiples beneficios de este horario, ya que les permitió mantener relaciones horarias constantes con otros países.

Ventajas personales y familiares

Encuestas realizadas entre la población revelaron que el 76 por ciento de los entrevistados consideraron que el «horario de verano» contribuyó a mejorar su convivencia familiar y social.

Variaciones en los niveles de criminalidad asociados a la oscuridad en las grandes ciudades

Debido a la carencia de estadísticas para hacer este tipo de comparaciones, no fue posible obtener los registros de delitos cometidos en las horas del día tanto matutinas como vespertinas en que impacta el «horario de verano». Sin embargo, a través de encuestas se pudo detectar la sensación de seguridad que el cambio de horario produce en las personas, en especial por las tardes, ya que este horario permitió que un gran número de ellas regresara con luz natural a sus hogares. El 66 por ciento de las personas entrevistadas estiman que el «horario de verano» contribuyó a mejorar la seguridad de los transeúntes.



Raquetas de tenis

no haga de su compra "un golpe de suerte"

En el mercado existe una gran variedad de raquetas de tenis de diferentes tipos y precios, por lo que a veces resulta difícil elegir la más adecuada.

A grandes rasgos se puede decir que una buena raqueta debe permitir que se efectúen golpes rápidos y precisos que mejoren el rendimiento y control sobre la pelota. Además debe ser confortable y fácil de manipular, a fin de que el jugador aplique mejor las técnicas del juego y evite lesiones.

He aquí algunas cuestiones de interés para hacer una elección atinada y sacarle partido a su raqueta.

Preparándose para el «saque»

Es importante considerar la edad del jugador antes de elegir el tamaño de la raqueta. Por ejemplo, para niños de entre 5 y 7 años es conveniente una de 21 pulgadas de longitud (que en el mercado son las de menor tamaño); de 7 a 9 años, una de 23 pulgadas; de 9 a 12 años, una de 25 pulgadas; de 12 a 14 años puede adquirir una semiprofesional (también denominada *junior*) de 27 pulgadas.

Para tenistas adultos son recomendables las raquetas con una longitud de entre 27 y 29 pulgadas, aunque ya hay de 31 pulgadas de largo.

En lo que respecta al tamaño del aro que sostiene las cuerdas, los hay desde 95 pulgadas, que son propiamente para niños menores de 12 años; el área reglamentaria que debe tener una raqueta profesional es de 110 pulgadas, pero ciertos modelos pueden medir hasta 125 pulgadas: lógicamente se abarca un área mayor, pero si no se tiene la constitución física, el nivel y el estilo de juego de los profesionales, la posible ventaja que ofrece se pierde.

Materiales de fabricación

Las raquetas de madera han caído en desuso debido a que actualmente se emplean novedosos materiales que soportan una **mayor superficie de cordaje y pesan menos**. Un inconveniente de las raquetas de madera es que su superficie era menos homogénea

y, por lo tanto, el golpe a la pelota resultaba inestable.

Los materiales sintéticos como el aluminio son más livianos, y ésa es la razón de que en la actualidad sea el **material más popular del mercado.**

Muchos modelos están fabricados con materiales combinados, lo que permite obtener **raquetas más rígidas y seguras** al momento de golpear la pelota, como **las de fibra de vidrio y aluminio**. Los jugadores cuya técnica es más avanzada prefieren las de **grafito** (carbono) y aluminio, puesto que **brindan mayor estabilidad** ante el impacto de la pelota.

Para quienes apenas se están iniciando en la práctica del «deporte blanco» es aconsejable adquirir una raqueta de aluminio, que es una de las más económicas.

De «tripas de gato»

Actualmente, el cordaje sintético es el mejor del mercado; su calidad es comparable a la de las cuerdas de «tripa de gato» (que en realidad son de res y sólo se surten a petición del consumidor; su costo llega incluso a los 250 pesos por cuerda).

Las cuerdas sintéticas son más resistentes, baratas y menos susceptibles a la humedad, por lo tanto su durabilidad es mayor que las de «tripa de gato».

En el mercado existen **cuerdas flexibles y rígidas**; estas últimas poseen la característica de darle más potencia al golpe, sin embargo, la dirección que adquiere la pelota es impredecible.

El grosor de la cuerda puede ser de 15 -que es el de mayor envergadura, pero más flexible-, de 16 ó de 17, que es el más delgado; para los principiantes se recomiendan las cuerdas del 15.

La empuñadura de la raqueta también es importante. Las medidas van desde 3 pulgadas de circunferencia para raquetas de 21 pulgadas de longitud, hasta $4^{3/4}$ para raquetas profesionales. Para saber cuál es la empuñadura adecuada sólo se requiere tomar el mango de la raqueta y comprobar que entre la palma de la mano y la punta de los dedos haya un espacio de un centímetro y medio.

Por lo regular conviene una empuñadura de 4 a $4^{1/2}$ pulgadas; si el jugador considera que no puede asirla con firmeza hay un aditamento llamado «sobrepuño», el cual permite obtener una mayor adherencia.

¿Y las pelotas de tenis?

En el mercado se comercializan dos clases de pelotas de tenis: sin presión y con presión o presurizadas. Las pelotas sin presión son menos «vivas».

Las pelotas presurizadas son más «nerviosas» y más rápidas, tienen mayor rebote y permiten un mejor control. Existe otra clase de pelota más ligera conocida como ST y está especialmente diseñada para facilitarle a los niños el aprendizaje, ya que permite realizar un juego lento y contribuyen a que el jugador adquiera un dominio cada vez más eficaz de su técnica.

Miguel G. Prieto

Fuente: Entrevista con el licenciado José Luis Fernández Sánchez, director del Programa Nacional de Capacitación para Profesores de Tenis, Federación Mexicana de Tenis.

Protéjase de la contaminación con vitaminas antioxidantes

Desde hace algún tiempo, el tema de los antioxidantes ha invadido páginas enteras de revistas de belleza, secciones de periódicos y libros sobre salud. Pero, ¿qué hay de cierto en las afirmaciones que los promueven como retardadores del envejecimiento o benéficas sustancias contra los efectos de la contaminación?

La **Revista del Consumidor** entrevistó a algunos especialistas con el fin de saber qué son los antioxidantes, qué alimentos los contienen y cuáles son sus funciones reales en el organismo.

Antioxidantes vs radicales libres

Los radicales libres pueden definirse como oxígeno reactivo, es decir, el que queda como desecho después del proceso de respiración y nutrición de las células; también, en menor medida, ciertos tipos de hierro pueden definirse como tales.

Como las células y las membranas se encuentran continuamente expuestas a la agresión de los radicales libres, el organismo tiene mecanismos de defensa: uno de ellos son los antioxidantes.

El doctor Adolfo Chávez, director de la División de Nutrición de Comunidad del Instituto Nacional de Nutrición «Salvador Zubirán», explica a los lectores de la **Revista del Consumidor** acerca de los antioxidantes: «En el proceso de respiración de las células intervienen unos organismos llamados 'mitocondrios'; por otra parte, el hidrógeno de los alimentos y el oxígeno que respiramos se unen en los mitocondrios y dan lugar a energía que se acumula como ATP (adenocitrifosfato), sin embargo queda una gran cantidad de elementos oxidativos (fundamentalmente lo que se llama oxígeno solo, *single*, en inglés) que permanece en el cuerpo en forma de radicales libres.

«Por su parte, como defensa la célula genera enzimas, antioxidantes naturales, que tratan de capturar ese oxígeno; algunos alimentos (los que contienen vitamina C y E, los carotenos y el ácido fólico) también poseen esa propiedad».

Función de los antioxidantes

De la misma forma en que los diversos metales se oxidan por efecto del oxígeno -que es una molécula muy agresiva-, el cuerpo humano sufre ese mismo proceso.

«Los organismos tienen que utilizar una gran cantidad de sistemas para defenderse de ese potencial oxidativo que hay en el ambiente», comenta el doctor Héctor Bourges, subdirector de Nutrición Experimental del Instituto Nacional de la Nutrición.

«De estos sistemas hay muchos y de diverso tipo, pero algunos están constituidos por sustancias presentes en la dieta, siendo las principales las vitaminas C y E, y en forma indirecta los carotenos y el selenio».

«El oxígeno -agrega el doctor Chávez-, junto con el hidrógeno, son necesarios para que el organismo obtenga energía y agua, sin embargo le dejan ciertos elementos oxidantes: la función de los antioxidantes es capturar ese oxígeno para que no afecte a las células.

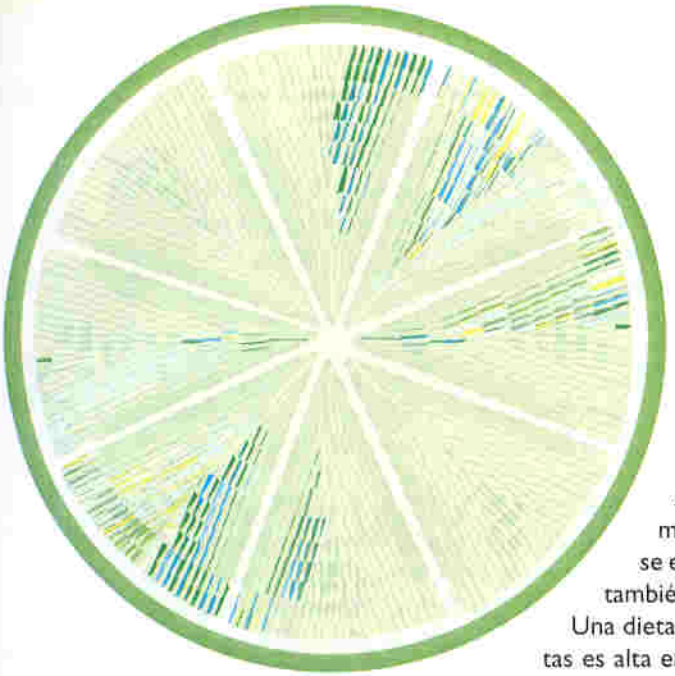
«Hoy en día existen otras causas de oxidación, como el esmog, que contiene ozono y ciertas formas de azufre; el tabaco y el alcohol.

«La función de estos elementos es muy compleja, por ejemplo, la vitamina E protege las membranas, es decir, la oxidación de lípidos, llamada 'perooxidación', es una rancificación de las grasas. En tanto que la vitamina C es un agente que cumple otras funciones al interior de la célula.

«Existe un fenómeno importante -añade el doctor Chávez-, denominado 'estrés oxidativo' (factor determinante de aproximadamente 52 problemas de salud), que se caracteriza por una tendencia a la oxidación inminente; aunque no se conocen todavía con precisión todos los factores que lo originan, hay tres que están claramente identificados: el consumo de alcohol, el tabaco y las grasas».

Respecto a si el consumo de antioxidantes ayuda a detener o a prevenir el envejecimiento, nuestro entrevistado señala: «El envejecimiento es un proceso oxidativo progresivo, no se sabe si la oxidación causa el envejecimiento o si por el envejecimiento de las células se producen más radicales libres que lo generan».

Por su parte, el doctor Bourges aclara: «Acerca de la relación entre el consumo de antioxidantes y el envejecimiento se ha dicho mucho, por supuesto que se puede afirmar que en términos generales el daño oxidativo debe ser uno de los tantos factores del envejecimiento y ello a lo único que nos remite es a que la dieta debe ser variada».



Una alimentación adecuada

Nuestro cuerpo produce antioxidantes de manera natural para protegerse de los radicales libres, el problema surge cuando se incrementa su producción, y es entonces que la dieta se vuelve muy importante.

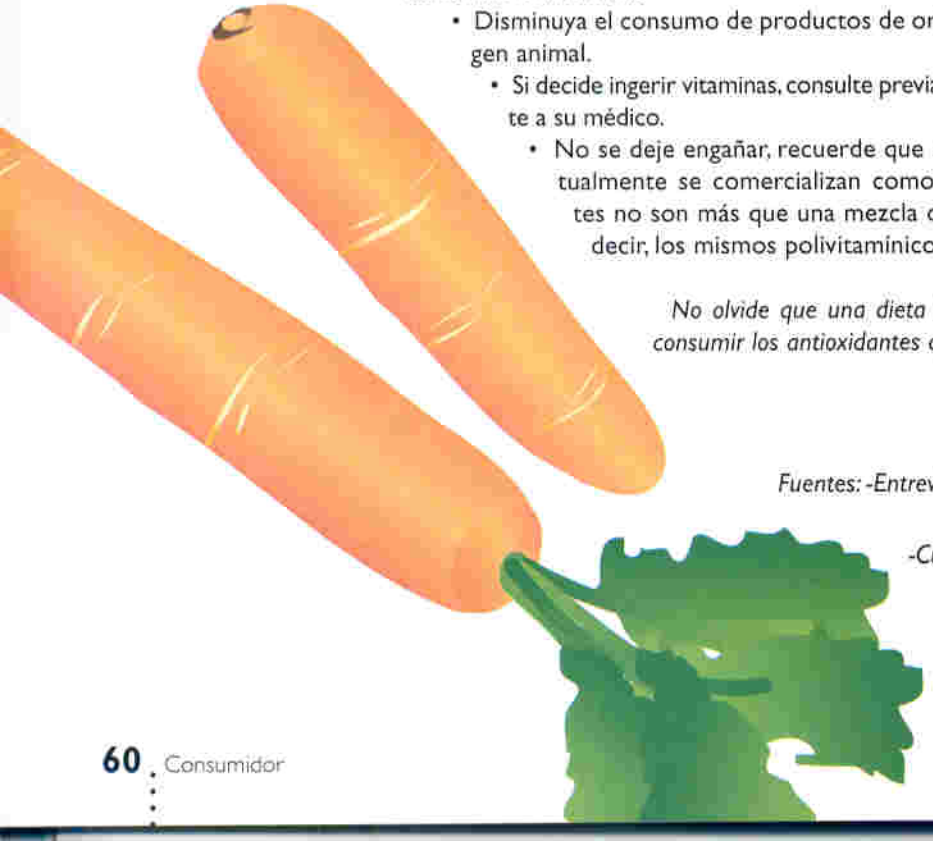
Sobre este punto, el doctor Chávez menciona: «Al hablar de antioxidantes es fundamental mencionar los fitoquímicos bioactivos que se encuentran en algunas verduras, pues también tienen funciones antioxidantes. Una dieta abundante en verduras y frutas es alta en antioxidantes y fitoquímicos bioactivos».

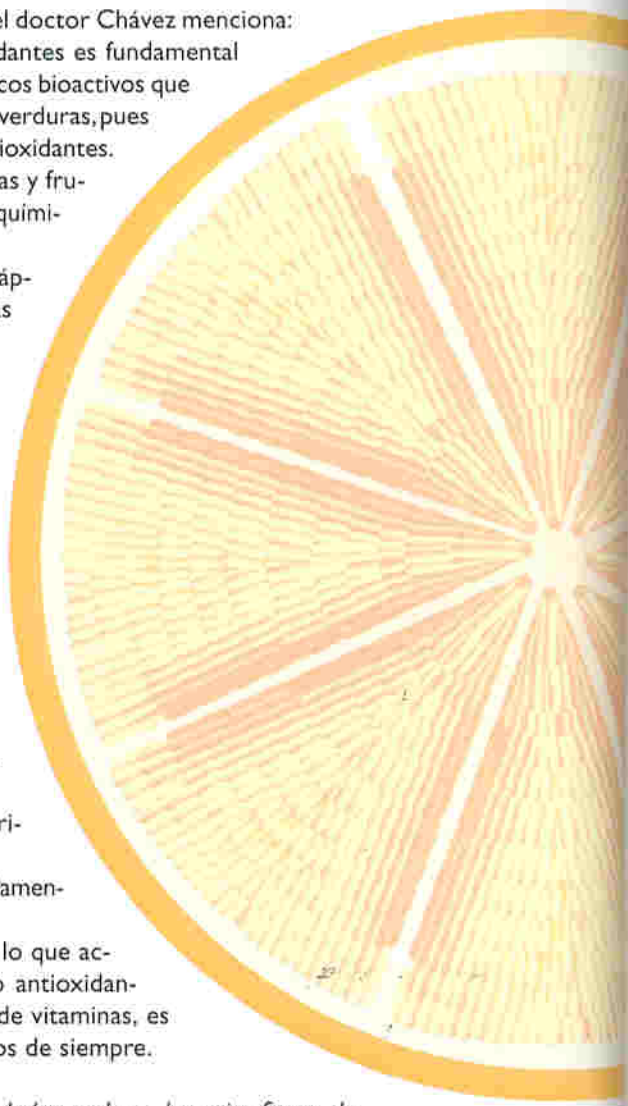
Respecto a si es conveniente ingerir vitaminas en cápsulas, el doctor Bourges opina: «Los compuestos vitamínicos en cápsulas generalmente provienen de compuestos naturales, pero aun lo más natural del mundo puede ser tóxico si se consume en exceso, entonces debe tomarse en cuenta que en los compuestos farmacológicos el producto está muy concentrado, por lo que la posibilidad de excederse aumenta.

«Asimismo, el consumo indiscriminado de algunos antioxidantes puede revertirse, pues se convierten en oxidantes, por eso hay que prevenir ambas cosas: el exceso y la deficiencia».

A continuación le ofrecemos algunas recomendaciones para que aproveche los nutrientes y las propiedades antioxidantes de los alimentos naturales:

- Prefiera las verduras y las frutas de colores intensos, como naranja, zanahoria, brócoli, espinaca y acelgas, entre otras.
- Recuerde combinar los alimentos para que su dieta sea variada, ya que ello le proporciona al organismo parte de lo que podrían llamarse «sistemas antioxidantes».
- Disminuya el consumo de productos de origen animal.
- Si decide ingerir vitaminas, consulte previamente a su médico.
- No se deje engañar, recuerde que lo que actualmente se comercializan como antioxidantes no son más que una mezcla de vitaminas, es decir, los mismos polivitamínicos de siempre.





No olvide que una dieta balanceada es la mejor forma de consumir los antioxidantes que su organismo requiere. ¡Buen provecho!

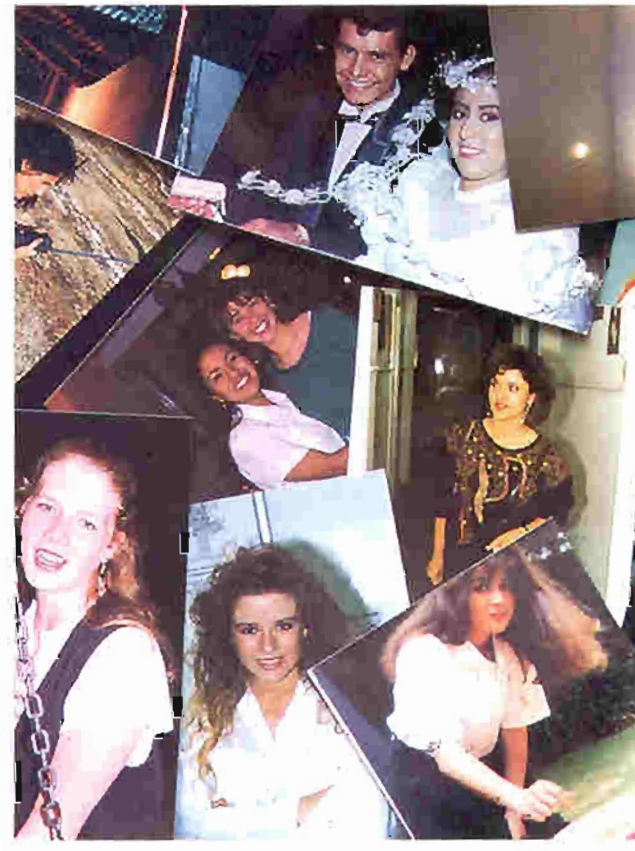
Vanessa Prieto

Fuentes: -Entrevistas con los doctores Héctor Bourges y Adolfo Chávez.

-Cuadernos de Nutrición, volumen 17, número 3.

En el **tratamiento** contra el Cáncer el **tiempo** es **oro**

El cáncer mamario es hoy la segunda causa de muerte en mujeres mayores de 25 años (en 1995 hubo 3 mil 23 decesos por esta enfermedad). Y paradójicamente se trata de un padecimiento curable si se detecta a tiempo.



La edad en la que una mujer corre más riesgo de desarrollar este tipo de cáncer es a partir de los 40 años; datos estadísticos del Consejo Nacional de Población (Conapo) indican que en 1995 fallecieron 696 mujeres de entre 20 y 44 años de edad, 1090 de entre 45 y 59 años, y 1237 mayores de 60 años.

Factores de riesgo

La doctora María Teresa Ramírez, jefa del Servicio de Tumores Mamarios del Instituto Nacional de Cancerología, indica que los principales factores de riesgo son:

- Antecedentes familiares de cáncer mamario (que la madre, hermanas o abuela hayan padecido la enfermedad).
- El primer embarazo después de los 30 años o a muy corta edad.
- Nunca haber tenido hijos.
- La primera menstruación antes de los 12 años o la menopausia después de los 55 años, así como haber recibido durante ese periodo un «tratamiento de reemplazo hormonal» sin vigilancia médica.
- La obesidad (especialmente cuando es resultado de una dieta rica en grasas animales o saturadas).
- Fumar o ingerir alcohol.
- Padecer diabetes.

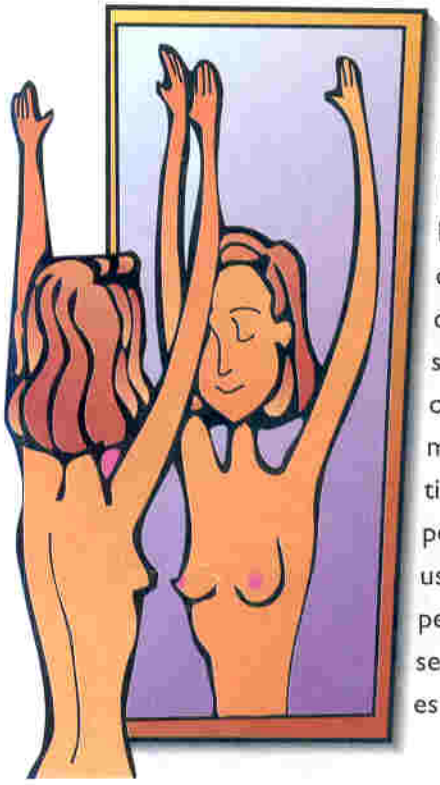
Por su parte, la doctora María Teresa Cisneros, quien labora en el área de Salud Reproductiva de la Secretaría de Salud, menciona: «Es necesario hacer hincapié en que aquellas mujeres que coinciden con algunos factores de riesgo mencionados no necesariamente desarrollarán cáncer, así como tampoco están exentas de padecer esta enfermedad quienes no los presentan».

«Para que esos factores puedan influir deben 'combinarse' con la predisposición genética de la mujer», agrega la doctora Ramírez.

Autoexamen mamario

Se debe realizar siempre entre el séptimo y el décimo día posterior al inicio de su menstruación.

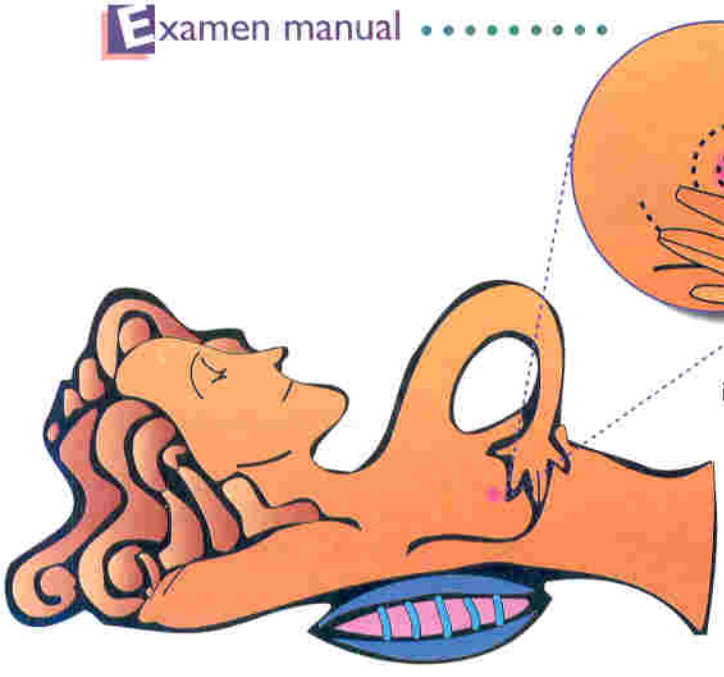
Examen visual



Frente a un espejo, con los brazos extendidos hacia el techo, busque cualquier cambio en el contorno de sus senos, en su tamaño o en su forma; muchas mujeres tienen un seno más pequeño que el otro, usted debe conocer perfectamente sus senos para saber qué es normal.

Con las manos sobre las caderas, presionando firmemente, inspeccione ambos senos, observe si hay cambios en la piel, hundimientos, protuberancias, heridas o alteraciones en el pezón.

Examen manual



Acostada sobre la espalda, con una almohada pequeña o una toalla enrollada bajo el lado derecho de ésta, y con el brazo derecho bajo la cabeza, toque suavemente con las yemas de los dedos de la mano izquierda el seno derecho, principiando en la axila y moviendo la mano poco a poco alrededor del pecho, como en espiral, hacia el pezón, tratando de descubrir cualquier bolita o dureza.

Ahora cambie de posición para examinar el lado izquierdo. Este examen también puede efectuarlo mientras se baña, enjabonada, pues los dedos se deslizan sobre la piel más fácil y suavemente, sólo recuerde no presionar.

El encontrar una bolita o dureza no es motivo para asustarse ni preocuparse, una alteración en los senos a cualquier edad no significa invariablemente cáncer, lo único que debemos hacer es acudir inmediatamente al especialista.

Detección oportuna

Muchas personas suelen asociar al cáncer con la muerte, pero **en el caso del cáncer de mama, la detección oportuna es sinónimo de vida.**

De ahí que las campañas informativas que ha lanzado la Secretaría de Salud, insistan en la importancia de que las mujeres se realicen una autoexploración mamaria mensual y una revisión médica una vez al año.

La doctora Cisneros indica respecto a este punto: «**La mujer debe comenzar a autoexplorarse desde su primera menstruación y durante el resto de su vida.** Este examen debe hacerse una vez al mes, entre el séptimo y el décimo día después de iniciada la menstruación, pues en ese momento los senos retienen menos líquido y están más suaves. Si la mujer ya no tiene periodo menstrual, lo indicado es efectuar la autoexploración un día fijo al mes».

Por su parte, el doctor Humberto Vargas Flores, director de Normatividad y Asistencia Técnica en Salud Perinatal, explica: «Cuando la exploración se realiza antes del periodo, probablemente detecte abultamientos en el pecho, lo cual es normal por la cantidad de hormonas circulantes dentro del organismo. **Sólo la revisión permanente, constante y mensual le permitirá a la mujer reconocer cualquier signo anormal**».

"La detección oportuna del cáncer es sinónimo de vida"

La doctora Cisneros agrega: «Las mujeres que tienen algún factor de riesgo deben someterse a una mastografía entre los 40 y los 49 años de edad (cada dos años); después de los 50 años dicho estudio médico tendrá que ser anual».

«Antes de esa edad -indica la doctora Ramírez-, la mastografía no es recomendable porque el seno es muy denso (compuesto casi en su totalidad de glándula mamaria) y por esa razón el examen no aporta ningún resultado».

¿Temor infundado?

Muchas mujeres relacionan cualquier abultamiento en los senos con el cáncer mamario, pero ese síntoma puede ser resultado de una patología benigna, «como quistes -indica la doctora Cisneros-, alguna obstrucción posterior a la lactancia, inflamaciones (mastitis), o simplemente algún hematoma causado por un golpe; sin embargo, en esta zona del cuerpo femenino no puede dejarse pasar nada por alto, aunque parezca benigno.

«Por ello, a través de la información buscamos reducir el miedo natural que sienten las mujeres al descubrir algo anormal en su cuerpo y reforzar la idea de que acudir de inmediato al médico es la diferencia entre la vida y la muerte».

"Autoexamen mamario: debe efectuarse entre el 7o y el 10o día posterior al inicio de la menstruación"

Algunas señales que nunca deben pasarse por alto son:

- La presencia de una protuberancia que no produzca dolor; cuando duele por lo general no se trata de cáncer, sino de un problema de retención de líquidos previa a la menstruación.
- La piel adopta una textura similar a la de la cáscara de naranja; los puntitos que se forman en la piel indican que un tumor está jalándola.

A grandes males... grandes remedios:

¿Ignora cuáles son los derechos que la ley le otorga?

¿Compra "a ciegas" pues no sabe ni cómo ni dónde adquirir artículos más baratos?

Suscríbase a la Revista del CONSUMIDOR

Con sólo $130.00 usted puede suscribirse por un año y obtener información de amplia utilidad para su presupuesto familiar

El porte será pagado por:

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D. F.

Administración de Correos núm. 44,
C. P. 03001, México, D. F.

cupón de suscripción

Correspondencia con derechos por cobrar. Solamente servicio nacional.

Llenar con letra de molde.
No nos hacemos responsables de suscripciones con datos incompletos o ilegibles.

Nombre

Dirección

Colonia

C. P.

Delegación o municipio

Estado

Teléfono

cupón de suscripción

- [ ] Suscripción por un año $ 130.00
- [ ] Suscripción nueva
- [ ] Renovación de suscripción

Forma de pago

- [ ] GIRO POSTAL
- [ ] CHEQUE

(En ambos casos a nombre de la Revista del Consumidor)

No.

Datos adicionales para pago con tarjeta de crédito

visa y mastercard

Descripción de la mercancía

Tarjeta no.

Fecha de vencimiento

Importe

Fecha

Lugar

Autorización

Día Mes Año

Por este pagaré me obligo incondicionalmente a cubrir a la orden de Banco Inverlat, S.A. la cantidad que aparece en el total de este título en las condiciones estipuladas en mi contrato de apertura de crédito suscrito con el Banco emisor de la misma. Negociable únicamente para instituciones bancarias.

Firma del tarjetahabiente

Aclaraciones: Perúgimo núm. 18, colonia Insurgentes Extremadura, delegación Benito Juárez, México, D. F., C. P. 03740, tels: 598-67-81, 611-73-79 ó 611-75-23.

- La tumoración cancerígena se distingue por tener bordes imprecisos (no pueden delimitarse) y estar fija hacia adentro.
- Retracción (hundimiento) del pezón.
- Secreción en el pezón; si al comprimirlo sale un líquido oscuro se trata de una lesión llamada «papiloma intraductal» (premaligna). Cuando la secreción es blanca, cristalina o lechosa quizá sea una reacción provocada por ingerir algún antidepresivo o ciertos anticonceptivos; de todos modos es conveniente acudir al médico.
- Tenga precaución si detecta alguna bolita en la axila, pues ello puede indicar que el tumor en la mama es muy pequeño pero está presente en el ganglio de la axila.

"Es fundamental la autoexploración mensual y una revisión médica al año"

«Vale la pena hacer hincapié -finaliza la doctora Ramírez- en que **no todas las lesiones son cancerígenas**: una tercera parte son quistes; la otra tercera parte, lesiones premalignas que si no se atienden oportunamente pueden degenerar en cáncer; y la otra parte son carcinomas que es posible erradicar gracias a la detección oportuna.

«La aparición de pequeños nódulos (quistes) es una de las enfermedades más frecuentes de la mama, seguida de los padecimientos infecciosos (especialmente entre mujeres embarazadas o en periodo de lactancia), los tumores benignos en las jóvenes de entre 15 y 25 años de edad, y en último lugar el cáncer».

Saludables recomendaciones

"Ante cualquier anormalidad en los senos, acuda de inmediato al médico"

Nuestros entrevistados coinciden al señalar que para evitar la aparición de cáncer mamario o lograr una detección temprana es indispensable:

- La autoexploración mensual.
- En caso de descubrir cualquier signo sospechoso acudir inmediatamente al médico.
- Evitar el sobrepeso.
- No fumar.
- Para evitar el dolor en los senos antes y durante la menstruación es recomendable no comer alimentos que contengan «xantina» como el chocolate, el café, los refrescos y el té negro, así como disminuir el consumo de grasas y de tabaco.
- Incluir en nuestra dieta alimentos que contengan carotenos (zanahoria, melón y naranja, entre otros) y hojas verdes.

Ya lo sabe, la detección oportuna a través de la autoexploración mamaria mensual puede ser la diferencia entre la vida y la muerte. Quiérase y cuídese.

Vanessa Prieto

Fuentes: -Instituto Nacional de Cancerología.
-Dirección de Salud Reproductiva, Secretaría de Salud.

Forma parte de los

Círculos Infantiles de PROFECO

PROFECO, además de ser una institución que te informa y protege tus derechos, te brinda los Círculos Infantiles de Orientación sobre el Consumo (CIOC), en los que podrás participar si tienes entre 6 y 12 años. Estos talleres buscan fomentar en ti la creatividad y una actitud positiva ante el consumo.

En los CIOC aprenderás mucho acerca de seis temas: consumo, alimentación, publicidad, tiempo libre, ambiente y tradiciones; en cada taller reflexionarás sobre los hábitos de consumo en tu vida diaria, conocerás los grupos de alimentos, la influencia que ejercen los medios de comunicación en tus decisiones de compra, sabrás cómo aprovechar tu tiempo libre en forma entretenida y creativa, conocerás más acerca del entorno y las tradiciones de nuestro país.

Las dinámicas se basan en juegos como crucigramas, móviles, memoramas, serpientes y escaleras, dominó y elaboración de juguetes con materiales de desecho, entre otros: ¿verdad que suena divertido?

Pídele a tus papás que te inscriban a los CIOC en las instalaciones de instituciones públicas y privadas, bibliotecas, centros de trabajo y sindicatos. Los CIOC se organizan todo el año, pero tienen mayor asistencia en verano, «Semana Santa» y diciembre.

Si deseas obtener mayor información comunícate al teléfono 625-67-00 extensiones 6742 y 6936, al área de Organización de Consumidores de las delegaciones de PROFECO, o acude directamente a nuestras oficinas generales ubicadas en José Vasconcelos núm. 208, piso 4, colonia Condesa, México, D. F.

Lorena M. Romo

Fuente: Dirección General de Organización de Consumidores, PROFECO.

Buzón infantil

Pequeño consumidor:

Te invitamos a que participes con nosotros en esta sección escribiéndonos tus ideas, sugerencias y comentarios respecto a temas y situaciones relacionadas con el consumo que desees compartir con nuestros demás lectores. La dirección de la revista es:

«Los pequeños consumidores»
Revista del Consumidor
José Vasconcelos núm. 208, piso 14, colonia Condesa
México, D. F.
C. P. 06140

Si lo prefieres, también puedes mandarnos tus comentarios a través de un fax al número 553-05-74; pídele ayuda a tus papás para hacerlo.
¡Esperamos tu correspondencia!

¿Se acabó la mantequilla?

Si te gusta el pan con mantequilla, podrás hacerte unos cuantos emparedados con el resultado del siguiente experimento.

Qué se necesita

Requerirás 300 ml de crema para batir y un frasco de vidrio con tapa hermética. El resto consiste en tener un brazo ¡fuerte y enérgico! La crema es una mezcla de minúsculas gotas de materia grasa suspendidas en el agua de manera permanente. Si un determinado número de gotitas se fusionan, forman gránulos de mantequilla que se separan del agua. Este fenómeno se llama «coalescencia».

Cómo hacerlo

- Primero saca la crema del refrigerador y déjala reposar unos minutos a temperatura ambiente.
- Viértela en el frasco hasta que llenes una tercera parte, coloca la tapa y ciérralo perfectamente.
- Enseguida agita el frasco, haciendo un movimiento en forma de ocho, durante 20 minutos. Si te cansas, pídele a un amigo que te ayude.

Al principio la crema adquirirá una textura esponjosa, similar a la crema batida, y poco después se empezarán a formar grumos de mantequilla.

- Cuando los grumos tengan el tamaño de una semilla de manzana puedes dejar de agitar.
- Escurre el líquido con cuidado (es el suero de la leche y tiene un sabor delicioso) y enjuaga los grumos con agua fría para quitarle los rastros de suero.
- Coloca los grumos de mantequilla en un recipiente de plástico o de madera. Si así lo deseas, añade sal y bátelos con una cuchara para que la mezcla quede uniforme. Luego introduce tu mantequilla al refrigerador para que se endurezca.

Posiblemente la mantequilla que has elaborado sea más oscura o más pálida que la que compras en la tienda, pero el color depende de la raza y de la alimentación de las vacas. El color dorado de las mantequillas que se producen industrialmente proviene de un colorante especial.

Fuente: La pandilla científica, 66 experimentos fáciles, por el profesor Científix; Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Editorial Alhambra Mexicana, S.A. de C.V.; tercera edición, México, 1989.

¡Mucho ojo!

Una vez más te invitamos a recorrer el mundo de la fantasía con estas divertidas historias que seguramente desearás adquirir para disfrutarlas una y otra vez. ¡Te invitamos a conocerlas!

¿La historia de una goma?

En un país de papel, la goma gobernaba con rudeza y crueldad. Los habitantes de aquel lugar no podían platicar ni reír, ¡ni siquiera los niños podían jugar! Pero un buen día, unos parientes de los lápices llegaron al rescate, llenando de color aquel mundo gris. Conoce la historia completa leyendo:

La goma
de Julieta Montelongo,
Compañía Editorial Continental,
Colección «Forma y Color»,
serie «Libros Cuadrados»;
México, 1987.

Conoce a una gatita enamorada

Ésta es la historia de una gatita que usaba gorra y pijama para dormir. Le gustaba que le contaran cuentos, especialmente aventuras de gatos. Era muy traviesa: regaba los juguetes, tiraba todo, ¡hasta escribía a máquina! Pero fue creciendo y un día todo cambió. ¿Sabes qué le pasó? Conoce su aventura y descubre el misterio en:

La gatita enamorada
de Isaías Hernández,
Conaculta/Ediciones Corunda,
Colección «El sueño del dragón»;
México, 1993.

Una cabra sin apetito

Matilde era una cabra melindrosa que no quería comer. Su mamá tenía que rogarle para que probara algo de comida, y volverle a rogar para que la tragara. Era tanta la desesperación de su mamá que un día llevó a Matilde a ver a un doctor. Después de mucho batallar, su mamá logró que Matilde comiera a gusto. ¿Sabes cuál fue el secreto? ¿No? Entonces diviértete con esta melindrosa cabrita hasta que lo descubras.

La cabra que no quería comer
de Esther Hernández Palacios,
Conaculta/Ediciones Corunda,
Colección «El sueño del dragón»;
México, 1993.

Un ruidoso problema

Un campesino vivía en el bosque con su esposa, siete niños y una nana que les ayudaba. Todos los días, tan pronto como los niños despertaban, comenzaban a reñir; mientras la nana trataba de separarlos, la madre les gritaba y gruñía todo el día. El campesino se quejaba de que en su casa había demasiado ruido: gritos, regaños y chillidos. Para solucionar el problema fue a pedirle ayuda al rabino -un anciano sabio-, cuyo consejo fue el más extraño y difícil de cumplir de cuantos pudieran imaginarse. Para conocer el final de esta historia lee:

¡Qué ruido!
de Aliana Brodmann,
Conaculta/CELTA
Amaquemecan, Colección
«Barril sin fondo»;
México, 1990.

Desearía analizar productos

Revista del Consumidor:

Con el más afectuoso saludo me dirijo a quienes laboran en la publicación y en el programa «TV-Revista» para felicitarlos por su brillante trabajo, el cual nos permite ahorrar y al mismo tiempo comprar productos de calidad.

Me gustaría que fueran tan amables de proporcionarme la siguiente información: me parece interesantísimo el análisis de calidad que han llevado a cabo en productos como la leche y la mantequilla, entre otros alimentos, por lo que para mí sería muy importante saber qué estudios profesionales realizaron las personas que se dedican a efectuar dichas pruebas, pues en un futuro me gustaría desempeñar una labor similar.

Por otra parte quiero pedirles que me envíen algunas «Tecnologías domésticas» a la calle de Hidalgo núm. 30, en Patamban, Michoacán, C. P. 59770. Estoy segura de que le serán de mucha utilidad a mi mamá.

De antemano muchas gracias por su atención. Me despido no sin antes desearles que continúen con su excelente tarea.

¡Hasta pronto!

Su admiradora número «1»
Pilar Rincón Ríos
Calle Gladiola núm. 58
Colonia La Florida
Zamora, Michoacán

Pilar Rincón:

Gracias por tu afectuoso saludo y tus comentarios; haremos extensivas tus felicitaciones a nuestros compañeros de Radio y Televisión. Respecto a tu pregunta sobre los estudios profesionales del personal del Laboratorio de Pruebas de Calidad, te diremos que es variado pero se divide en dos áreas: investigaciones físico-tecnológicas (en la que hay ingenieros textiles, mecánicos y en electrónica) e investigaciones químico-biológicas (donde laboran ingenieros químicos, bioquímicos-industriales, así como químicos bacteriólogos-parasitólogos, farmacobiólogos e ingenieros en alimentos); todos ellos cuentan con nivel académico mínimo de maestría, para garantizar la confiabilidad de los estudios que llevan a cabo. Si deseas mayor información sobre el particular te invitamos a que te comuniques a la Coordinación General de Investigaciones de PROFECO al 549-91-07; o si lo prefieres puedes escribirles directamente a Alemania núm. 14, colonia Parque San Andrés, C. P. 04040, México, D. F.

¡Ah! tus tecnologías domésticas ya están en camino.

Sobre fibras alimenticias

Revista del Consumidor:

Soy estudiante y debo realizar una tesis acerca de las fibras alimenticias. ¿Serían tan amables de enviarme artículos sobre el tema?

Atentamente

Dewaele Thierry
Tres Picos núm. 57
Colonia Polanco
C. P. 11560
México, D. F.

Dewaele Thierry:

Hemos recopilado información sobre el tema que nos solicita, misma que ya se envió a su domicilio; esperamos le sea de mucha utilidad para realizar su investigación escolar.

Quiere aumentar sus ingresos

Revista del Consumidor:

Por medio de la presente saludo al personal de la revista y a la vez me permito solicitarles que me envíen información sobre impermeabilizantes y cómo curtir pieles; asimismo les agradecería mucho que me enviaran una receta para preparar suavizante de telas y desodorante.

Soy una persona de 66 años de edad y estoy pensionado; los ingresos que recibo no me alcanzan y por eso quiero realizar algunas actividades para mejorar mi economía.

Les agradezco de antemano la atención a la presente (*).

Atentamente

Arcadio Zúñiga C.
Apartado Postal núm. 51
Pánuco, Veracruz
C. P. 92000

(*) Carta resumida por la Redacción.

Don Arcadio Zúñiga:

Muchas gracias por sus saludos. En cuanto a la información que nos solicita, ya estamos recopilando algunas recetas y otros artículos informativos que esperamos le sean de gran utilidad; se los enviaremos a su domicilio a la brevedad posible.

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos
★ ★ ★ ★ ★

PROFECO utiliza los servicios de paquetería y envíos Estrella Blanca para distribuir en sus Delegaciones Federales la REVISTA DEL CONSUMIDOR

La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611•7379, 611•7523 ó 598•6781. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista; se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, Col. Felipe Pescador, C.P. 06280 México, D.F.

Una publicación de PROFECO para ud. consumidor

Quién e$ quién

en los precios

Guía
para
comprar
más
barato

$2.00
ejemplar

Publicación catorcenal

Adquiéralo en su puesto de periódicos

El anticomercial del mes

La guerra de las falacias

La intensa competencia que se ha desatado entre las empresas telefónicas por ganar el mayor número de suscriptores al servicio de larga distancia se refleja en sus campañas publicitarias, en las cuales ofrecen desde promociones para espectáculos hasta las tarifas más bajas.

Nos llama la atención uno de los comerciales televisivos de la empresa **Avantel**, protagonizado por la actriz Salma Hayek, quien pregunta al usuario si le gusta perder dinero, advirtiendo que cada día que pasa sin suscribirse a la citada compañía está dejando de ahorrar, ya que **Avantel** es la única que garantiza los mejores precios.

Para ilustrar estas palabras aparece en grandes caracteres la cifra de 70 centavos, lo que desde luego se entiende que es el precio por minuto de larga distancia en **Avantel**. Un precio atractivo, sin duda.

Sin embargo, en el comercial no se aclara que la tarifa de 70 centavos sólo se aplica en horas no pico, en llamadas nacionales y si el gasto mensual es mayor a 500 pesos, como especifican los folletos de la propia empresa. Una omisión que ya no hace tan atractiva la propuesta ¿verdad? Esta información también puede prestarse a confusión en los anuncios espectaculares de la vía pública, en los que sólo se señala en letras muy pequeñas que aplican restricciones, leyenda que también aparece en los anuncios de T.V.

Por lo tanto este comercial viola el artículo 7° del Código de Ética Publicitaria, inciso b, el cual indica que la publicidad debe ser veraz y no contener ninguna afirmación o imagen que con declaraciones u omisiones pueda engañar al consumidor respecto al producto o servicio, particularmente en el valor y el precio total a pagar.

Además contraviene el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que establece que la publicidad relativa a bienes o servicios deberá ser veraz y estar exenta de textos, imágenes u otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por su inexactitud.

En consecuencia, en PROFECO llamaremos a esta compañía, con el fin de que modifique su campaña, y será enviada una copia de este informe al Consejo Nacional de Autorregulación de la Publicidad.

•REPRODUCCIONES•

Orfebrería Prehispánica

Ventas e informes: Córdoba No. 47 Col. Roma, México D.F. Tel: 533.67.47

INAH

cremas cosméticas

Estudio de calidad

En virtud de la amplia variedad de marcas y presentaciones de cremas cosméticas que se comercializan en el mercado mexicano, en el Laboratorio de Pruebas de PROFECO se realizó un minucioso estudio con el fin de informarle al consumidor cuáles son las calidades, características y costo de dichos productos.

El estudio incluyó 62 marcas de cremas cosméticas: seis para manos, 19 para el cuerpo, 15 para la cara, cinco para el contorno de ojos, una para el cuello, ocho para cara y cuello, una para uñas y su contorno, dos limpiadoras y cinco productos adquiridos en el mercado informal (tianguis).

Para evaluar la calidad de las cremas cosméticas se aplicaron las siguientes pruebas:

Contenido neto: Se verificó el contenido neto del producto contra lo declarado en su etiqueta.

Información al consumidor: Se comprobó que la etiqueta del artículo incluyera los siguientes datos establecidos por la normatividad: marca, denominación del producto, fabricante, domicilio del lugar donde se elabora, contenido neto, número de lote o fecha de caducidad, leyenda «Hecho en México» o país de origen, y lista de ingredientes en orden decreciente.

Conservación del producto: La prueba realizada simula el comportamiento del producto en almacenamiento hasta por dos años, el objetivo fue observar si conserva sus características y componentes, sin que esto afecte el uso y/o beneficio esperado del producto.

Calidad sanitaria: Se analizó si el cosmético fue elaborado en condiciones higiénicas, es decir, que estuviera libre de microorganismos que pudieran dañar la salud.

Veracidad del etiquetado: Se investigó que los productos contuvieran realmente lo declarado en su etiqueta en lo que respecta a vitaminas A, E y compuestos proteicos como colágeno y elastina.

Irritación en la piel: De acuerdo con lo establecido en la NOM-039-SSA se evaluó si las cremas podrían causar irritación en la piel del usuario: a diez voluntarios se les aplicó la crema tres veces en un intervalo de siete días y se observó si los productos no agredieron a la piel.

Grado de penetración de la crema en la piel: Se llevó a cabo una evaluación sensorial para probar el grado de penetración de la crema en la piel: a diez individuos se les aplicó una cantidad determinada de crema en el dorso de la mano; la penetración se calificó como rápida o lenta, tomando como referencia la película grasa que queda en la piel.

Conclusiones

- En general, las marcas analizadas cumplieron con el contenido neto indicado en sus etiquetas; sólo el 1.6 por ciento de los productos presentaron un contenido menor a lo declarado.

- El 72.7 por ciento presentó completa la información al consumidor que exige la norma.

- El 35.5 por ciento de las cremas evaluadas mostró problemas en la prueba de «Conservación del producto», lo cual indica que pueden descomponerse (separarse sus componentes) si su almacenamiento es mayor de dos años.

- El 6.3 por ciento, que corresponde a las cremas que se venden en el mercado informal (tianguis), no incluyen la información al consumidor completa y presentan microorganismos que pueden causar severos daños en la piel.

- En cuanto a la veracidad del etiquetado se encontró que:

  Las cremas con adición de vitaminas o compuestos proteicos (colágeno o elastina) no declaran en qué cantidad los contienen, por lo que en las tablas de resultados se muestran los valores obtenidos en cada uno de los productos.

  Cabe destacar que el Reglamento de la Ley General de Salud permite un contenido máximo de 10,000 UI (Unidades Internacionales de vitamina A) por cada 100 gramos de producto para evitar posible irritación en personas que presenten sensibilidad a este compuesto, mientras que en lo que se refiere a la vitamina E no existe restricción alguna.

- Por último, en la prueba de irritación dérmica, los resultados arrojaron que ninguno de los productos evaluados provocaron irritación en la piel.

El uso de vitaminas y proteínas en las cremas cosméticas

Las vitaminas más utilizadas en la formulación de cosméticos son la vitamina A (retinol) y la vitamina E. La primera se ha aplicado en la piel desde hace más de 20 años, cuando el científico Stuttgen notificó sobre los buenos resultados de su uso.

Estudios científicos han demostrado que la vitamina A estimula la actividad celular, la cual disminuye gradualmente durante el envejecimiento.

En los laboratorios de F. Hoffman-La Roche en Suiza se analizó el efecto de la vitamina A sobre la piel y se encontró que reduce la formación de arrugas provocadas por la radiación ultravioleta.

En lo que se refiere a la vitamina E, se ha descubierto que su deficiencia provoca la acumulación de compuestos sebáceos que son síntoma de envejecimiento de los tejidos. Es bien sabido que la superficie de la piel tiene grasas que se descomponen por la acción del aire y de los rayos solares. Si en la composición de las cremas se adiciona vitamina E, ello evita el deterioro de la piel. En lo que se refiere al uso de proteínas en cremas, se utilizan compuestos como el colágeno, la elastina y proteínas derivadas de plantas que tienen la capacidad de retener altos niveles de humedad, dando la propiedad al producto de brindar la sensación de frescura.

Fuente: Coordinación General de Investigación, PROFECO.

Nota: Los productos que presentan un contenido de vitamina A mayor al permitido por la norma pudieran causar irritación en la piel.

Crema limpiadora (sin vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado					
Pond's	México	420 g	413 g	—	22.50	0.53	**100**	

Crema limpiadora (adicionada con vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
Jafra (cutis seco)	E. U.	125 g	125.6 g	—	4	—	96.60	7.72	**100**	

Crema para cuerpo (sin vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado					
Grisi Avena	México	380 ml	375 ml	—	31.20	0.82	**100**	
Jafra (jalea real)	México	200 g	200.5 g	1.82	384.00	19.20	**100**	
Nivea Body Milk (piel reseca)	México	500 ml	510 ml	—	31.50	0.63	**100**	
Nivea Body Milk (piel normal)	México	500 ml	510 ml	—	31.50	0.63	**100**	
Pond's (piel normal)	México	450 ml	451 ml	—	17.90	0.39	**100**	
Natural Honey (piel extraseca)	México	440 ml	450 ml	0.77	26.50	0.60	**98**	Falta núm. de lote en su etiquetado.
Neutro Balance (hidratante)	México	200 ml	203 ml	—	11.45	0.57	**95**	Problemas leves en la conservación del producto.
Natural Honey (piel seca)	México	440 ml	445 ml	1.01	26.50	0.66	**93**	No presenta núm. de lote en su etiquetado, problemas leves en la conservación del producto.
Teatrical	México	400 g	394.6 g	—	36.00	0.90	**90**	Lenta penetración en la piel.
Nivea Creme	México	390 g	375.5 g	—	34.90	0.89	**80**	Lenta penetración en la piel.

Crema para cuerpo (adicionada con vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
Neutro Balance (humectante)	México	200 g	200.1 g	—	1.075	—	17.00	0.85	**100**	
Nivea Soft	México	75 ml	76 ml	—	313	—	18.50	2.47	**98**	Falta núm. de lote en su etiquetado.
Hind's Natural (piel reseca)	México	420 ml	420 ml	8,784	—	—	21.20	0.50	**95**	Problemas leves en la conservación del producto.
Hind's (piel normal)	México	420 ml	420ml	6,542	—	—	21.90	0.52	**95**	Problemas leves en la conservación del producto.
Neutro Balance (humectante)	México	180 ml	182 ml	—	1.075	—	17.20	0.95	**95**	Problemas leves en la conservación del producto.
Jergens	E. U.	295 ml	300 ml	—	0.87	—	24.90	0.84	**95**	Problemas leves en la conservación del producto.
Hind's (piel reseca)	México	325 ml	325 ml	11,422	—	—	21.90	0.67	**90**	Mayor cont. de vit. A a lo permitido, problemas leves en la conservación.
Hind's Natural (piel normal)	México	420 ml	420 ml	16,099	—	—	21.90	0.52	**90**	Mayor cont. de vit. A a lo permitido, problemas leves en la conservación.
Vasenol Cuidado Intensivo	México	295 ml	260 ml	49,615	5.0	—	21.90	0.74	**75**	Menor cont. neto a lo declarado en su etiquetado y contenido de vit. A mayor a lo permitido.

Crema para cuerpo (adquirida en establecimientos informales)

Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
Tipo Nivea	México	500 ml	489 ml	——	——	——	15.00	0.30	**64**	Deficiente información al consumidor. Problemas en la calidad sanitaria, sin presentar microorganismos que dañan a la salud.
Almendras	México	N.D.	489 ml	——	——	——	16.00	0.32	**62**	Deficiente infor. al consum. Problemas en la calidad sanitaria sin presentar microorganismos que dañen a la salud.
Tipo Hind's (fresa)	México	N. D.	489 ml	——	——	——	17.50	0.35	**62**	Deficiente información al consumidor. Problemas marcados en la conservación del producto.
Almendras	México	500 ml	489 ml	——	——	——	13.00	0.26	**44**	Deficiente información al consumidor, deficiente calidad sanitaria, presentando microorganismos que dañan a la salud.
Tipo Hind's	México	500 ml	489 ml	——	——	——	18.00	0.36	**44**	Deficiente información al consumidor, deficiente calidad sanitaria, presentando microorganismos que dañan a la salud.

Crema para cutis (sin vitaminas)

	Marca	Origen	Contenido Neto		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
			Declarado	Verificado					
Humectante	**Nivea Facial** (con humectantes y manzanilla)	México	275 g	275.4 g	—	24.70	0.90	100	
	Jafra (sist. humectante)	E.U.	50 ml	51 ml	—	218.50	43.70	90	Problemas en la conservación del producto.
	Jafra (humectante con jalea real)	E.U.	30 ml	29 ml	—	414.00	138.00	90	Problemas en la conservación del producto.
	Oriane Paris (antiedad)	México	45 g	48.4 g	1.16	285.60	63.47	98	No presenta núm. de lote en su etiquetado.
Tratamiento	**Pond's HN**	México	165 g	166.3 g	—	29.00	1.76	90	Problemas en la conservación del producto.
	Jafra (noche) (cutis seco a normal)	E.U.	50 g	46.8 g	1.34	108.00	21.60	90	Problemas en la conservación del producto.
	Jafra (colágeno)	México	30 g	30.4 g	0.81	195.50	65.17	85	Problemas marcados en la conservación del producto.

Crema para cutis (adicionada con vitaminas)

	Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
			Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
De día	**Hidrabella, Guerlain** (cutis normal y mixto)	Francia	50 g	50.5 g	25.1	294.3	1.94	247.05	60.36	100	
	Shiseido (protec. de día)	E.U.	41 g	40.6 g	—	Menos de 1	—	225.04	54.97	100	
Humectante	**Lancôme** (hydrative)	Francia	50 ml	50 ml	—	296.9	5.56	247.50	49.50	100	
	Christian Dior (cutis normal)	Francia	50 g	49.9 g	—	1,238.6	2.35	209.30	41.86	100	
Tratamiento	**Nivea Facial** (con colágeno)	México	150 g	151.7 g	—	10,936	0.47	38.00	2.53	95	Problemas leves en la conservación del producto.
	Pond's Complejo Antiedad	E.U.	56 g	58.9 g	56,927	63	—	55.90	9.98	90	No presenta listado de ingredientes ni denominación del prod. en su etiquetado. Mayor contenido de vit. A a lo permitido.
	Anew (perfeccionador facial)	México	50 g	51 g	119,463	278	—	80.00	16.00	90	Problemas leves en la conservación del producto, mayor contenido de vit. A a lo permitido.
	Nivea Visage (crema vitalizante con nanosferas)	Italia	50 ml	51 ml	—	2,178	—	83.90	16.78	85	Problemas marcados en la conservación del producto.

Crema para cuello (adicionada con vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
Yves Rocher (con extractos de plantas)	Francia	30 ml	30 ml	——	717	——	153.00	51.00	**98**	No presenta núm. de lote en su etiquetado.

Crema para cutis y cuello (sin vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado					
Jafra (humectante)	E.U.	50 ml	54 ml	1.47	218.00	43.70	**93**	Problemas leves en la conservación del producto, falta lista de ingredientes en su etiquetado.
Jafra (crema de día)	E.U	50 g	52.3 g	1.29	108.00	21.60	**90**	Problemas en la conservación del producto.

Crema para cutis y cuello (adicionada con vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
Plenitude (Excel-A=)	México	50 g	49.4 g	——	129	——	58.50	11.70	**100**	
Plenitude (reparadora nocturna)	México	40 g	42 g	——	434	——	76.00	19.00	**100**	
Nivea Visage Optimale	Francia	50 ml	50 ml	——	773	1.38	79.50	15.90	**100**	
Debut	México	120 ml	120 ml	——	8	——	24.50	2.04	**95**	Problemas leves en la conservación del producto.
Plenitude (intensiva contra las arrugas)	México	40 g	38.1 g	580,000	5,659	——	71.90	17.97	**95**	Mayor contenido de vitamina A a lo permitido.
Plenitude (reestructurante de día)	México	50 g	49.6 ml	——	94	——	79.80	15.96	**95**	Problemas leves en la conservación del producto.

Crema para uñas y su contorno (sin vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado					
Yves Rocher (regeneradora)	Francia	15 ml	15 ml	——	72.00	48.00	**100**	

Crema para manos (sin vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado					
Christian Dior	Francia	100 g	100.8 g	2.04	185.50	18.55	**100**	
Lancôme	Francia	75 ml	75 ml	1.01	105.00	14.00	**100**	
Avon (suavizante)	México	90 g	91.9 g	—	26.00	2.89	**98**	Falta núm. de lote en su etiquetado.
Yves Rocher (regeneradora)	Francia	50 ml	50 ml	—	51.00	10.20	**98**	Falta núm. de lote en su etiquetado.
Yves Rocher (árnica)	Irlanda	50 ml	50 ml	—	32.00	6.40	**98**	Falta núm. de lote en su etiquetado.

Crema para manos (adicionada con vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
Atrix (hidratante)	México	200 ml	199 ml	—	18	—	20.50	1.02	**90**	Lenta penetración en la piel

Crema para el contorno de ojos (sin vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado					
Jafra (crema humectante)	E. U.	20 g	22 g	0.26	147.20	73.60	**100**	
Lancôme	Francia	15 ml	15 ml	0.57	195.00	130.00	**100**	

Crema para el contorno de ojos (adicionada con vitaminas)

Marca	Origen	Contenido Neto		Contenido de vitaminas		Cont. de compuestos proteínicos (%)	Precio por pieza ($)	Precio por 10 g ($)	Ev. global	Desviaciones encontradas
		Declarado	Verificado	Vit. A UI/100 g	Vit. E UI/100 g					
Orlane Paris	Francia	15 ml	15 ml	—	1,219	4.01	233.80	155.87	**100**	
Yves Rocher (con extractos de flores)	Francia	15 ml	15 ml	—	12	—	165.00	110.00	**98**	No presenta núm. de lote en su etiquetado.
Yves Rocher (Retinol Nature)	Francia	15 ml	15 ml	—	183	—	158.00	105.33	**98**	No presenta núm. de lote en su etiquetado.